

# Trabajo Fin de Grado

## Plan de Negocio de un Comercio Electrónico: MONCATUR S.L.

Autora

Paula Aparicio Redrado

Directora

Begoña Gutiérrez Nieto

Facultad Economía y Empresa

2020-2021





## Índice de Contenido

RESUMEN EJECUTIVO .....	5
SUMMARY .....	5
1. MODELO PLAN DE NEGOCIO .....	6
1.1. Presentación del proyecto .....	6
1.2. Objetivo .....	7
2. VIABILIDAD ESTRATÉGICA .....	8
2.1. Análisis del entorno general.....	8
2.1.1. Factores político-legales .....	8
2.1.2. Factores Económicos .....	8
2.1.3. Factores Socioculturales .....	10
2.1.4. Factores tecnológicos .....	11
2.2. Análisis de mercado .....	12
2.3. Análisis de la competencia .....	14
2.3.1. Principales competidores .....	14
3. PLAN ESTRATÉGICO .....	16
4. VIABILIDAD COMERCIAL .....	17
4.1. Producto .....	17
4.2. Precio .....	18
4.3. Distribución .....	20
4.4. Promoción y publicidad .....	20
4.5. Logotipo.....	22
5. VIABILIDAD TÉCNICA .....	23
5.1. Descripción de la presentación del producto .....	23
5.2. Localización.....	24
5.3. Presupuesto de costes.....	25
5.3.1. Costes de Publicidad.....	25
5.3.2. Costes de Renting .....	25
5.3.3. Costes de Transporte .....	26
5.3.4. Costes de Embalaje.....	26
6. VIABILIDAD LEGAL Y ORGANIZATIVA .....	27
6.1. Sociedad mercantil elegida .....	27
6.2. Procedimiento de la constitución .....	27
6.3. Socio inversor .....	29
7. VIABILIDAD ECONOMICA-FINANCIERA.....	31
7.1. Presupuesto de ventas .....	31
7.2. Inversión .....	32
7.3. Fuente de financiación .....	32
7.4. Costes de la empresa.....	33
7.5. Estados financieros .....	33
8. VALORACIÓN DEL RIESGO Y MEDIDAS CORRECTORAS .....	40
9. RESUMEN Y CONCLUSIONES.....	41
10. BIBLIOGRAFÍA .....	43
11. ANEXOS .....	46
11.1. Cuadro unidades vendidas.....	46
11.2. Precios medios productos.....	47



11.3.	Costes embalaje.....	48
11.4.	Alquiler renting .....	48
11.5.	Equipos informáticos.....	49
11.6.	Coste de transporte de mercancías .....	49
11.7.	Amortización del préstamo .....	49
11.8.	Cuenta de Pérdidas y Ganancias mensual .....	51
11.9.	Cash Flow anual .....	52

## Índice de Tablas

Tabla 1.	DAFO .....	14
Tabla 2.	Coste de Adquisición y Precios.....	19
Tabla 3.	Costes de publicidad.....	25
Tabla 4.	Sueldos y salarios y Seguridad Social a cargo de la empresa. ....	30
Tabla 5.	Presupuesto de ventas.....	31
Tabla 6.	Amortización Inmovilizado Material .....	32
Tabla 7.	Préstamo a largo plazo .....	32
Tabla 8.	Costes fijos y Costes variables. ....	33
Tabla 9.	Balance Anual. ....	34
Tabla 10.	Cuenta de Perdidas y Ganancias Anual.....	36
Tabla 11.	Ratios financieros y económicos .....	36
Tabla 12.	Cash Flow Anual .....	38

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1.	Evolución anual IPC.....	9
Ilustración 2.	Evolución turistas extranjeros a España hasta febrero de 2021 .....	11
Ilustración 3.	Logotipo MONCATUR.....	22
Ilustración 4.	Localización Comarca de Tarazona y el Moncayo .....	24
Ilustración 5.	Evolución Balance de Situación.....	35



## RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto consiste en la venta online de productos gastronómicos, actividades realizadas al aire libre y alojamientos en casas rurales, todo ello en la zona de la Comarca de Tarazona y el Moncayo. El objetivo principal del proyecto es estudiar la rentabilidad y la viabilidad de este tipo de negocio, ya existente en el mercado, pero ofrecido de una manera distinta. La empresa denominada MONCATUR, S.L., quiere ofrecer a sus clientes conocer la zona tanto a nivel gastronómico, realizando actividades en la naturaleza, conocer los sitios más atractivos de la zona y disfrutar de las casas rurales situadas en lugares emblemáticos. Mediante la realización del plan de negocio, se han estudiado las distintas viabilidades estratégicas, comerciales, técnicas, jurídico-legales y económico-financieras de la empresa.

Finalmente, después de los resultados obtenidos, MONCATUR es una empresa que resultará viable en todos los aspectos mencionados durante los próximos cinco años, por lo que en un futuro se podría ampliar el negocio realizando este servicio en más zonas.

## SUMMARY

This project consists of the online sale of gastronomic products, activities carried out in the open air and accommodation in rural houses within the area of Tarazona and Moncayo region. The main aim of the project is to study the profitability and viability of this kind of business, already existing in the market, but offered in a different way. The company called MONCATUR, S.L., wants to offer its clients both, to know the area on a gastronomic level carrying out activities in the nature, and to make them discover the most attractive places in the area enjoying the rural houses located in emblematic places. Throughout carrying out the business plan, the different strategic, commercial, technical, legal and economic-financial viabilities of the company have been studied.

Finally, following the results obtained, MONCATUR is a company that will be viable in all the aspects mentioned above during the next five years, so that in the future the business could be expanded by carrying out this service in more areas.



# 1. MODELO PLAN DE NEGOCIO

## 1.1. Presentación del proyecto

El proyecto va a consistir en la venta online de packs de diferentes precios en el que se incluyen productos alimenticios, experiencias o alojamientos en la zona de Aragón próxima al parque natural de Moncayo. La empresa se va a denominar MONCATUR, haciendo referencia a las palabras claves del proyecto Moncayo, Naturaleza y Turismo.

El propósito principal es dar a conocer los productos y actividades que se ofrecen en esta zona de una manera diferente. Los clientes, mediante la página web, podrán seleccionar un pack con lo que deseen en función del precio y las disponibilidades de los productos que ofrece MONCATUR.

La actividad de la empresa se va a llevar a cabo de manera online, contaremos con la creación de la página web, y los pedidos de productos alimenticios se harán conforme los clientes lo soliciten. Iremos a las propias fábricas a coger la demanda que necesitamos y posteriormente realizar su packaging personalizado, en función del tipo de pack que haya seleccionado el cliente.

La venta de packs de experiencias ya existe en España y hay empresas muy famosas. MONCATUR se diferencia de ellas en que ofrecen productos alimenticios y que el propio cliente puede completar el pack a su gusto.

Además, como novedad, MONCATUR ofrece la posibilidad de poder realizar *coworking*<sup>1</sup> en las casas rurales, donde los trabajadores que realicen teletrabajo tendrán la opción de poder alojarse en ellas. Es una actividad que está muy de moda en las empresas porque los trabajadores rinden más y están más motivados. Por ejemplo, también lo emplean las empresas que tienen proyectos en grupo, que reúnen a los trabajadores para que trabajen en equipo. La intención es que si funciona bien este proyecto, ir mirando poco a poco distintos lugares con encanto y poder ampliar los productos y servicios que ofrece MONCATUR.

La idea de negocio ha sido motivada por el gran auge que están teniendo las casas rurales y las escapadas relacionadas con la naturaleza, en verano del año 2020, los españoles impulsaron un 18,7% el uso de ellas (*Radio Televisión Española, 2020*), ya que, debido a la situación de la pandemia vivida, las personas buscan tranquilidad, relacionarse con pocas personas y a la vez poder disfrutar del entorno que les rodea.

La forma jurídica que va a tener MONCATUR es sociedad limitada, con un único socio capitalista, que va a aportar un desembolso inicial de 3.000€, él mismo va a gestionar el negocio, va a llevar a cabo las actividades comprometidas con la empresa, y va a afrontar los riesgos y problemas que vayan surgiendo.

---

<sup>1</sup> Coworking: oficinas compartidas por autónomos, teletrabajadores y empresarios, donde trabajan y gestionan el espacio para crear oportunidades profesionales y personales para sus miembros.



## 1.2. Objetivo

El objetivo principal es crear un negocio diferente al ya existente de cajas de experiencias y de buscadores de alojamientos, de manera que se aproveche la oportunidad del gran auge que está teniendo el alojamiento en el medio rural. Mediante este proyecto, el estudiante va a aprender a dirigir, organizar y administrar la empresa, además de comprender las distintas áreas funcionales que la componen. Para ello, es primordial comenzar con el plan de negocio donde se reúne toda la información para poder poner en marcha la empresa. También hay que tener en cuenta si hay que buscar formas de financiación, posibles socios o inversores.

Una vez definido el objetivo, se va a realizar un análisis de la viabilidad estratégica, comercial, técnica, jurídica-legal, se realizará un análisis económico-financiero, y se valorarán los riesgos a los que pueda enfrentarse la empresa.



## 2. VIABILIDAD ESTRATÉGICA

Es importante llevar a cabo un análisis para evaluar y determinar las estrategias más adecuadas para MONCATUR. Mediante la viabilidad estratégica, se realiza un análisis del entorno general, análisis del mercado y análisis de la competencia.

### 2.1. Análisis del entorno general

En el entorno general, se van a tener en cuenta los factores externos que pueden influir en las decisiones y resultados de la empresa. Para ello vamos a elaborar el análisis PEST, analizando factores político-legales, económicos, socioculturales y tecnológicos.

#### 2.1.1. Factores político-legales

La situación actual que se está viviendo, tanto en España como en el resto del mundo, hace que se cree una incertidumbre de cara al futuro próximo. El pasado 9 de mayo de 2021 se terminó el estado de alarma en España, pero si la situación sanitaria empeora, pueden volver a cerrarse perimetralmente ciudades, CC.AA. o incluso el Gobierno puede volver a imponer otro estado de alarma. También hay que mencionar que el ritmo de vacunación en España es bueno y se espera llegar a la inmunidad de rebaño en los próximos meses, lo cual supondrá una reducción de las medidas restrictivas hasta volver a una normalidad (*El Diario, 2021*).

Para la recuperación de la economía, se va a implantar una política fiscal expansiva, de tal manera que la renta de los hogares no va a disminuir de manera tan brusca, y las empresas no tendrán que cerrar (*El Economista, 2020*). El momento actual es una buena oportunidad para los emprendedores de abrirse un hueco en el mercado.

También hay que tener en cuenta la política exterior del resto de países, ya que MONCATUR también puede interesarles a las personas extranjeras que pasen las vacaciones en España, por lo tanto, a la empresa le afecta la situación de esos países.

#### 2.1.2. Factores Económicos

El turismo tiene un gran efecto en la economía de la región en la que se desarrolla. Debemos de tener en cuenta los datos macroeconómicos para poder analizar los factores económicos del país. En cuanto al PIB, en el año 2020 el PIB español fue el que más cayó en la Eurozona, en concreto un 11%. Desde las instituciones europeas, prevén que este año crecerá un 5,6% y en el año 2022 un 5,3%, por lo que la economía española se recuperaría antes de lo previsto (*La Vanguardia, 2021*). Para que esta recuperación sea posible, es clave el turismo y



el levantamiento de las restricciones, pero todo ello dependerá del proceso de vacunación que se lleve a cabo en España.

El año 2021, comenzó con muchos contagios y con medidas muy restrictivas, lo que hizo que el consumo privado y la inversión disminuyeran, pero a medida que se van produciendo mejoras en los datos de Covid (número de contagiados y número de fallecidos), las restricciones se van suavizando, y poco a poco dichas variables económicas aumentarán.

En cuanto al PIB per cápita de Aragón, en el año 2019 fue de 28.727€ y la media española estaba en 23.690€, ocupando el quinto puesto en el ranking de PIB per cápita de las comunidades autónomas. Para MONCATUR, estos datos son muy positivos ya que los aragoneses tienen en general una renta per cápita alta (*Expansión, 2021a*).

El turismo en Aragón ocupa un 8% del PIB de la comunidad, y cerca de un 10% de la tasa de empleo en Aragón (*Expansión, 2021a*).

Otro factor para analizar es el IPC, el cual mide las variaciones que experimentan los precios de los bienes y servicios en un periodo de tiempo determinado. Como se puede mostrar en el siguiente gráfico (Ilustración 1), el IPC el último año ha tenido muchas fluctuaciones, pero en marzo de 2021 ha tenido una gran subida situándose en el 1,3%. Además, se muestra en la ilustración la evolución mensual del IPC desde enero de 2020 hasta marzo de 2021 (*Expansión, 2021b*).

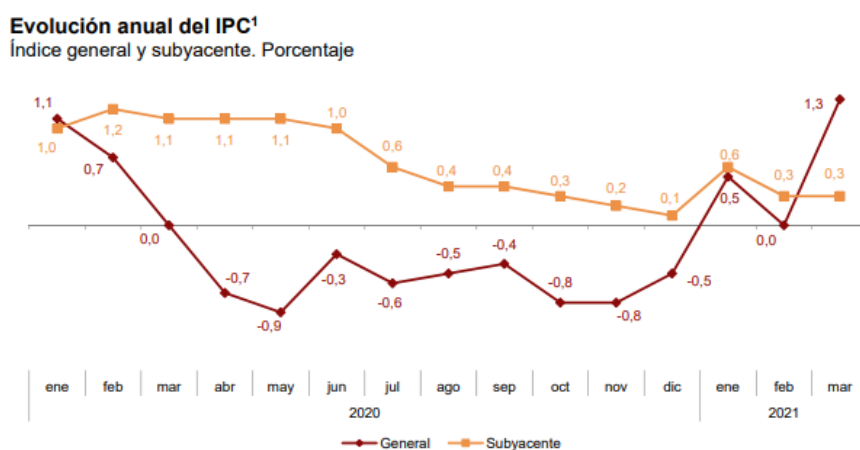


Ilustración 1. Evolución anual IPC España

Fuente: Consenso del Mercado (2021)



### 2.1.3. Factores Socioculturales

Los factores socioculturales engloban la actitud, la opinión, los intereses y la forma de vida de los clientes en función de la decisión de compra.

Debido a la situación actual provocada por la COVID-19, la gente busca un turismo más tranquilo, sin aglomeraciones, donde se pueda mantener las distancias entre las personas, y cuya filosofía esté basada en la protección y conservación de los valores naturales y culturales del territorio. Estos son unos de los principales motivos por los que se está incrementando el turismo rural.

En Aragón, el turismo rural se ha incrementado en los últimos 20 años un 155%, ya que los consumidores han cambiado su estilo de vida y buscan sostenibilidad con el medio ambiente. (*Cadena Ser, 2021*)

El gasto medio que dejan los turistas rurales en las poblaciones que visitan es una media de 160,76€/por persona y día, lo cual enriquece a los pueblos y se puede invertir en ellos para mejoras futuras (*Escapada Rural, 2021*).

Por otro lado, cada vez son más las personas que realizan teletrabajo y los lugares más demandados para realizar coworking y *coliving*<sup>2</sup> son las casas rurales. Esto también es una forma de ayudar a la España vaciada, ya que las personas que realizan estos servicios permanecen en los pueblos más tiempo que los que viajan por ocio, y en cierto modo ayudan a la economía de ellos.

En Aragón la calidad de vida de las personas es bastante alta, ocupa el segundo puesto en el ranking de comunidades autónomas con mejor calidad de vida, sólo es superada por Navarra. Los buenos resultados se deben a las mejoras que ha habido en Aragón en los últimos años con respecto a la salud, al entorno y al medioambiente, a la educación, al ocio y a las relaciones sociales (*Heraldo de Aragón, 2020*).

En los últimos años, el turismo internacional se ha vuelto uno de los principales motores de la economía de muchos países, como es el caso de España. Supone una gran fuente de ingresos, pero a su vez supone un aumento de la diversificación y la competencia entre los diferentes destinos (*UNWTO, 2021*).

En la Ilustración 2 se muestra un gráfico de barras, en el que aparece el número de turistas extranjeros que visitan España cada año desde febrero de 2001 hasta febrero de 2021. Desde 2001 hasta 2008 se ve un ligero crecimiento hasta llegar a más de 6 millones de personas, sin embargo, a raíz de la crisis económica de 2008, el número de visitantes extranjeros disminuyó. Fue a partir de 2013 cuando comenzó otra vez a aumentar hasta febrero de 2020. Este último año,

---

<sup>2</sup> Coliving: lugar donde además de compartir vivienda, comparten trabajo, de manera donde las personas se conocen y conviven. Este fenómeno va más allá del coworking, ya que se basa sobre todo en las experiencias.



debido a la crisis de la COVID-19, España apenas ha recibido turistas extranjeros, ya que hubo confinamiento domiciliario (Epdata, 2021).

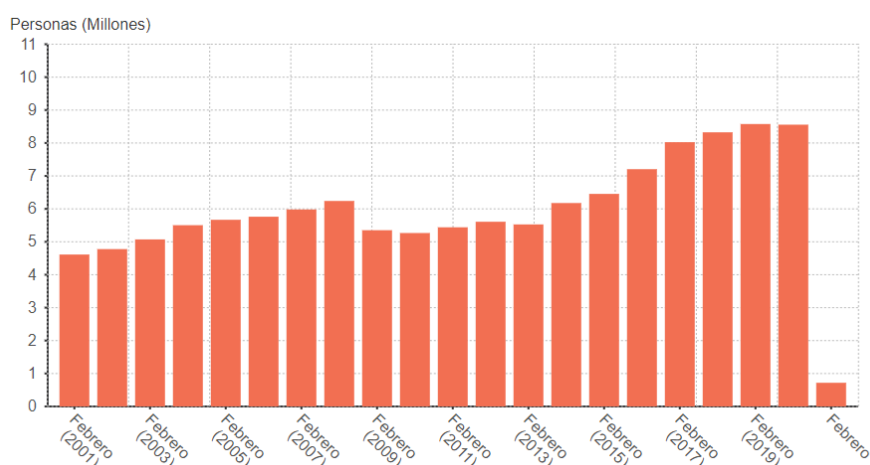


Ilustración 2. Evolución turistas extranjeros a España hasta febrero de 2021

Fuente: Epdata (2021)

## 2.1.4. Factores tecnológicos

Desde el Gobierno de España, concretamente el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, están buscando una estrategia de digitalización para el sector agroalimentario, forestal y del medio rural (*Cátedra en agricultura digital y sostenibilidad*, 2021).

Consiste en eliminar o reducir las barreras técnicas, legislativas, económicas, para hacer del medio rural un lugar más atractivo, vivo y dinámico, generando riqueza y empleo. Se basa en tres objetivos estratégicos:

- Brecha digital: mediante la estrategia de digitalización se busca reducirla, dotando al medio rural de una buena conexión a Internet, además de adaptarlo a las nuevas tecnologías.
- Uso de datos: es importante fomentar en los pueblos la publicación de los datos para que puedan interoperar con ellos empresas o administraciones públicas. Estos datos tienen que facilitarlos tanto la administración como el sector privado que opera en las zonas rurales.
- Desarrollo empresarial y nuevos modelos de negocio: para lograr la modernización es importante impulsar el desarrollo empresarial y los nuevos modelos de negocio, gracias a las oportunidades que presentan las nuevas tecnologías.



## 2.2. Análisis de mercado

Según el CNAE 2009 el código del alojamiento de casas rurales es 5520, ya que pertenece al grupo “Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia” y el código de la venta de alimentos tiene el código 4791, “Comercio al por menor por correspondencia o Internet” ( *CNAE.COM*, 2020).

Para realizar el análisis de mercado, hay que tener en cuenta quién es el mercado objetivo al que va dirigido MONCATUR, valorando el tamaño y la tendencia de crecimiento o decrecimiento que va a tener, y los posibles riesgos u oportunidades que hay.

MONCATUR se dirige a un mercado objetivo de personas de todas las edades, que sean amantes de la naturaleza y del mundo rural. La realización de actividades al aire libre y la estancia en casas rurales se enfoca a parejas, familias, grupos de amigos, trabajadores y personas jubiladas de cualquier punto de España o de distintos países. El tamaño del mercado es muy amplio, y tiene tendencia creciente debido al auge que está teniendo el turismo rural. Se prevé que las personas van a preferir realizar viajes cortos, no masificados y que sean sostenibles con el medio ambiente.

Mediante la realización del análisis DAFO se muestran las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de MONCATUR.

### Debilidades

Una debilidad es la mala conexión a internet en los medios rurales, ya que son lugares en los que en general, viven personas de mayor edad que no suelen utilizar Internet, por lo tanto, los pueblos no están lo suficientemente dotados de buena señal.

La estancia en las casas rurales suele ser muy baja, por lo general, la gente se aloja dos noches, que suelen ser los fines de semana.

Los comercios electrónicos generan a los clientes más desconfianza que una tienda física, sobre todo a la hora de realizar las transacciones económicas, ya que realmente no saben a quién están pagando por el producto o servicio.

### Amenazas

El turismo de playa es una amenaza para el turismo rural ya que por lo general la gente prefiere ir a la zona de costa donde el clima es más cálido.

La cercanía con los Pirineos, una de las zonas rurales más frecuentadas en nuestro país, puede hacer que la gente prefiera ir allí al ser más conocido.



La principal amenaza que tiene en estos momentos el sector turístico es la crisis sanitaria que se está viviendo a causa de la COVID-19. Ya que a los clientes les puede surgir inseguridad contratar un alojamiento o actividades.

### Fortalezas

La facilidad de uso de la página web, hace que sea muy dinámica y accesible para todas las personas que soliciten el servicio.

Al ser online, no tiene un horario establecido por lo que los consumidores pueden hacer reservas y pedidos en cualquier momento del día.

Ofrece productos y servicios muy selectos, de calidad y a un precio asequible.

La novedosa empresa EMBOU, un operador móvil virtual que sirve para ofrecer servicios de Internet, fijo y móvil en la zona de Aragón, de tal manera que dotará a los pueblos de Internet y facilitará la cobertura en ellos.

En la Universidad de Zaragoza, se promueve el proyecto Erasmus Rural, que consiste en la realización de prácticas de los alumnos en los medios rurales, está subvencionado por la Diputación Provincial, de tal manera que un número de estudiantes se desplace a pueblos de menos de 200 habitantes para realizar prácticas.

### Oportunidades

La demanda del turismo rural va en aumento.

La creación de una página web es una oportunidad ya que la gran mayoría de los clientes van a saber cómo poder solicitar los productos o servicios.

El cambio de vida de las personas a raíz de la COVID-19, hace que busquen tranquilidad y no encontrarse con aglomeraciones de personas.

Los proyectos que se están realizando a favor de la España Vacía, de crear empresas, mejorar la comunicación con otras ciudades o utilización de energías renovables.



Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"><li>- La falta de digitalización en los medios rurales.</li><li>- Estancias cortas en casas rurales.</li><li>- Falta de confianza.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- La gente prefiere turismo de playa.</li><li>- Cercanía con los Pirineos.</li><li>- Crisis sanitaria</li></ul>
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"><li>- Fácil uso de la página web.</li><li>- Servicio 24 horas.</li><li>- Oferta de productos y servicios de calidad</li><li>- EMBOU</li><li>-Erasmus Rural</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Creación página web</li><li>- Gran demanda que está teniendo el turismo rural.</li><li>- Cambio de vida de las personas.</li><li>- Proyectos planteados sobre la España Vaciada.</li></ul>

Tabla 1. DAFO

Fuente: Elaboración Propia

## 2.3. Análisis de la competencia

En el análisis de la competencia se van a analizar a los principales competidores que tiene MONCATUR, y la ventaja competitiva con la que se diferencia del resto de empresas.

### 2.3.1. Principales competidores

En este apartado vamos a tratar sobre los principales competidores que tiene MONCATUR:

- SMARTBOX: es la empresa pionera en las cajas regalo de experiencias. Distribuye sus productos en más de 18.000 establecimientos (tiendas especializadas, supermercados, minoristas...), ofrece una gran cantidad y variedad de productos para todo tipo de personas. En sus cajas se pueden encontrar aventuras, estancias, bienestar, gastronomía y momentos mágicos. Las diferencias que hay entre SMARTBOX y MONCATUR es que SMARTBOX opera en todo España y muchos países europeos, además de ofrecer todo tipo de experiencias, sin embargo, MONCATUR se centra en la zona de la Comarca de Tarazona y el Moncayo y en actividades relacionadas con el medio rural y la naturaleza. También MONCATUR permite hacer pedidos en los que incluye los productos alimenticios típicos de la zona.



- **BOOKING:** es una empresa que actúa como intermediaria entre los clientes y el alojamiento (hoteles, hostales, apartamentos, casas rurales...) es un “modelo agencia<sup>3</sup>”, y comercializa cada alojamiento en base a las valoraciones de sus clientes. Opera en más de treinta países y al día se reservan un millón de alojamientos. La similitud que tiene BOOKING con MONCATUR es el ser intermediarios entre los propietarios y los clientes y que además BOOKING también tiene casas rurales en la misma zona que MONCATUR. La diferencia es, que MONCATUR ha seleccionado de manera estratégica las casas rurales de la zona y se compromete con el cliente con que son alojamientos de calidad y perfectos para conectar con la naturaleza. Además, MONCATUR ofrece actividades a realizar en la Comarca y la venta online de los productos típicos de la zona.
- **AIRBNB:** es una plataforma online que sirve como intermediaria entre las personas que quieren alquilar una habitación, apartamento, piso, y las que solicitan ese servicio. Lo que tienen en común ambas empresas es que ofrecen casas rurales en la zona de la Comarca de Tarazona y el Moncayo, sin embargo, al igual que BOOKING, se diferencia en que MONCATUR asegura calidad en sus alojamientos y transmitir paz y tranquilidad, mientras que en AIRBNB puede ser cualquier tipo de alojamiento, incluso compartido, además de que MONCATUR ofrece productos alimentarios típicos de la zona y actividades.
- **ESCAPADA RURAL:** es una página web donde se alquilan casas rurales o habitaciones, y además guías de viaje e inspiración. Se diferencia de MONCATUR en que tiene casas rurales de todas las partes de España, y que también ofrece restaurantes a los que pueden asistir las personas que visiten las zonas, además de mapas de los lugares. Se parece a MONCATUR en que tiene alojamientos en la zona, y ofrece realizar actividades. MONCATUR se diferencia en que ofrece el envío a domicilio de productos alimentarios típicos de la zona.

En definitiva, MONCATUR debe tener en cuenta el análisis del entorno general, del mercado y de la competencia, con todos los factores y situaciones que vayan sucediendo a lo largo de la vida de la empresa para poder actuar a tiempo sobre ellos, tanto si son favorables o no.

---

<sup>3</sup> Modelo Agencia: Esta basado en la Teoría de Agencia, es un método de desarrollo empresarial mediante un sistema de subcontratación de diversas tareas.



### 3. PLAN ESTRATÉGICO

El plan estratégico es un proceso en el que se implementan los métodos para lograr los objetivos y propósitos de las empresas. Para ello, se va a analizar la misión, visión y los valores de MONCATUR.

- **Misión:** La empresa MONCATUR quiere dar a conocer mediante una página web la zona de la Comarca de Tarazona y el Moncayo. Consiste en la venta de productos alimentarios gourmet seleccionados, realización de diferentes actividades para todos los gustos y alojamientos en casas rurales. Además, también ofrece a las empresas o personas que quieran realizar teletrabajo la opción de realizar coworking o coliving en estas casas rurales.
- **Visión:** La visión de MONCATUR es ofrecer de manera online tres tipos de productos diferentes, de manera que sirva para facilitar a los clientes lo que pueden hacer y comprar cuando vayan a alojarse a una de las casas rurales. También sirve para poder volver a comprar los alimentos que probaron o les han recomendado de manera que les llegue a sus domicilios sin tener que volver. Por otro lado, con el coworking y el coliving, sirve para que las personas trabajen de una manera más tranquila, puedan concentrarse mejor y fortalezcan las relaciones entre trabajadores de la misma empresa.
- **Valores:** Los valores que pretende mostrar MONCATUR es la calidad en sus productos y servicios, ya que estos se han seleccionado de manera estratégica para que los clientes estén satisfechos con sus compras. Otro punto fuerte es la sostenibilidad de MONCATUR con el medio ambiente, ya que los productos alimentarios se producen de forma artesanal, y las actividades que ofrece no dañan el medio ambiente, teniendo en cuenta que el Moncayo es un parque natural, donde está muy limitada la acción humana. Además, con este proyecto se pretende visibilizar el despoblamiento en el medio rural, para así evitar que los pueblos desaparezcan y con ellos todas las costumbres y tradiciones que hay en ellos.





## 4. VIABILIDAD COMERCIAL

Para determinar la viabilidad comercial, se identifica la demanda existente en el sector en el que va a operar la empresa, para poder realizar una estimación de oferta lo más adecuada posible. Además, se va a realizar un plan de marketing para el nuevo proyecto.

El objetivo comercial de MONCATUR es satisfacer a los clientes y facilitar al máximo posible la manera de poder organizar su estancia en la zona, y comprar de manera online productos provenientes de la zona. Nos vamos a basar en una estrategia de diferenciación, ya que como se ha explicado en el apartado del análisis de la competencia, ninguna de las empresas que se consideran competidoras de MONCATUR ofrecía la venta online de productos alimentarios de la zona donde se alojaban los clientes. Mediante esta estrategia, los clientes pueden seguir comprando los productos si les ha gustado para poder adaptarlo a su día a día. También las empresas mencionadas como competencia directa no ofrecen a las empresas el poder realizar coworking.

El nicho de mercado al que se dirige MONCATUR es a los amantes de la naturaleza, personas que les gusta la tranquilidad, realizar actividades al aire libre, conocer lugares nuevos, pero esto engloba a personas de todas las edades, por lo que el mercado de MONCATUR es muy amplio.

### 4.1. Producto

MONCATUR ofrece tres tipos de productos distintos, todos ellos relacionados con la zona de la Comarca de Tarazona y el Moncayo. Por un lado tenemos los productos alimentarios más típicos de la zona, por otro lado actividades que se puedan realizar y las casas rurales más especiales y situadas en lugares estratégicos para que los clientes puedan disfrutar al máximo posible de su estancia.

- **Productos alimentarios:** La venta de productos alimentarios fabricados de forma artesanal por empresas locales, sirve para facilitar al cliente los productos más típicos de la zona de manera que le lleguen directamente y además poder realizar pedidos exclusivamente de esos productos para poder seguir consumiéndolos, regalar o probar nuevos.

Los alimentos que proporcionamos son: queso de Trasmoz curado de cabra y oveja, aceite de oliva Olituriado, trufa de Vera de Moncayo, Frutos secos garrapiñados, miel Flor del Moncayo, vino Pagos de Vera, mermeladas Bubub, judías blancas secas Anyon.

- **Actividades:** Hay una gran variedad de actividades para realizar e incluso rutas guiadas por senderos del Moncayo, paseos a caballo, en bicicleta, en segway, visita al Monasterio de Veruela, a la Catedral de Tarazona; visitas guiadas a la ciudad de Tarazona, a las buitreras y cuevas de Los Fayos, murales de arte urbano de Torrellas, Cuevas de Añón, Micoturismo y taller de artesanía José Manuel Val.



- Alojamiento: Las casas rurales están situadas estratégicamente de manera que las personas contacten directamente con la naturaleza, con la tranquilidad y todas ellas ofrecen Wifi de manera que puedan estar conectados a Internet o puedan teletrabajar quien lo necesite. Las casas son Villa Encanto (Añón), Balcón del Moncayo (Añón), Casa de la Encina (Añón), Villa de Vera (Vera de Moncayo), La Portaza (Vera de Moncayo), La Milagrosa (San Martín de la Virgen del Moncayo), El Jardín del Moncayo Rural (San Martín de la Virgen del Moncayo), La Fabriquilla (Malón), El Corralico de Moncayo (Alcalá de Moncayo), Casa Arriazu (Alcalá de Moncayo), Villahermosa (Torrellas), el Mirador del Moncayo (Santa Cruz de Moncayo) y el Castillo Medieval (Grisel).

Además, en los alojamientos, a la llegada, se les dará a los clientes una cesta de bienvenida con una pequeña degustación de alguno de los productos alimentarios, y se prevé que el 80% de los clientes lo comprarán ya que se espera una gran aceptación.

## 4.2. Precio

MONCATUR es una empresa que actúa como intermediaria entre las empresas o particulares que venden los productos alimentarios, realizan actividades y tienen alojamientos. La política de precios que tiene la empresa cuenta con que el precio de los productos es mayor al coste por el que lo ha adquirido MONCATUR, de manera que se obtiene un margen de beneficio.

Los precios de los productos están en la media del sector, dependiendo del tipo de productos o actividades, puede ser más caro ya que hay productos alimentarios más “delicatessen” (trufa), ecológicos o de producción limitada, y actividades que requieren un especial mantenimiento y cuidado, como los paseos a caballo y alojamientos que son más lujosos, que tienen un precio un poco más elevado.

El margen de beneficio que se pretende obtener con el precio de venta es entre un 20% y un 30%, con esto se cubren los gastos fijos de la empresa y si se confirma la reactivación económica del mundo rural, realizar una ampliación con nuevos proyectos.

En la Tabla 2, se detallan los precios de todos los productos, el coste de adquisición y el margen de beneficio que obtiene MONCATUR por ellos. Los productos alimentarios se han estimado en euros por unidad, ya que se considera que hay productos como es la trufa que la gente comprará 50-60 gramos, y otros como son las judías secas, la gente comprará un kilogramo; las actividades en euros por cada actividad, porque hay actividades que duran menos de una hora como puede ser alguna visita, y otra como las jornadas micológicas, que duran toda una mañana; y los alojamientos en euros la casa completa por noche. Estos últimos dependiendo de las personas que soliciten la casa rural, oscilará el precio en función de las habitaciones que se necesiten. Además, se ha contado con que los alimentos y el alojamiento en las casas rurales llevan un IVA soportado del 10%, mientras que las actividades llevan un IVA soportado del 21%.



	Producto	Cte. Adquisición	Precio Venta	Margen	%Margen	PVP
Alimentos	Queso Trasmoz	15,0	21,8	6,8	31%	24,0
	Aceite de Oliva	5,2	7,3	2,1	29%	8,0
	Trufa Vera	43,5	54,5	11,0	20%	60,0
	Fr.S. Garrapiñados	2,0	2,7	0,8	29%	3,0
	Vino Pagos del Moncayo	7,8	10,9	3,1	29%	12,0
	Miel Flor del Moncayo	5,2	7,3	2,1	29%	8,0
	Judías secas Anyon	6,5	9,1	2,6	29%	10,0
	Mermelada Bubub	3,9	5,5	1,6	29%	6,0
Actividades	Senderos Moncayo	12,0	16,5	4,5	27%	20,0
	Paseos a caballo	18,0	24,8	6,8	27%	30,0
	Paseos en segway	24,0	33,1	9,1	27%	40,0
	Paseos en bicicleta	12,0	16,5	4,5	27%	20,0
	Visita Monast. Veruela	9,0	12,4	3,4	27%	15,0
	Visita Cat. Tarazona	9,0	12,4	3,4	27%	15,0
	Visita ciudad Tarazona	9,0	12,4	3,4	27%	15,0
	Buitreras y cuevas L.F.	6,0	8,3	2,3	27%	10,0
	Arte urbano Torrellas	6,0	8,3	2,3	27%	10,0
	Taller artesanía	9,0	12,4	3,4	27%	15,0
	Cuevas de Añón	6,0	8,3	2,3	27%	10,0
	Micoturismo	15,0	20,7	5,7	27%	25,0
Alojamientos	Villa Encanto	71,5	100,0	28,5	29%	110,0
	Balcón del Moncayo	143,0	200,0	57,0	29%	220,0
	Casa de la Encina	130,0	181,8	51,8	29%	200,0
	Villa de Veruela	91,0	127,3	36,3	29%	140,0
	La Portaza	45,5	63,6	18,1	29%	70,0
	La Milagrosa	182,0	254,5	72,5	29%	280,0
	El Jardín del Moncayo	156,0	218,2	62,2	29%	240,0
	La Fabriquilla	123,5	172,7	49,2	29%	190,0
	El Corralico de Moncayo	143,0	200,0	57,0	29%	220,0
	Casa Arriazu	97,5	136,4	38,9	29%	150,0
	Villahermosa	78,0	109,1	31,1	29%	120,0
	El Mirador del Moncayo	123,5	172,7	49,2	29%	190,0
	Castillo Medieval	455,0	636,4	181,4	29%	700,0

Tabla 2. Coste de Adquisición y Precios.

Fuente: Elaboración propia



### 4.3. Distribución

El modelo seleccionado por MONCATUR para la comercialización de sus productos es *Business to Consumer*<sup>4</sup> (B2C), de manera que los productos alimentarios que compren los clientes, se va directamente a recogerlos a la propia empresa donde se producen, así no hay stock. Posteriormente se realiza el empaquetado y se envía mediante el servicio de mensajería “CORREOS” al lugar donde lo soliciten. También se deja una cesta de bienvenida con una selección de productos para degustar durante la estancia, como hemos dicho con anterioridad.

Por otro lado, las actividades y alojamientos se reservan en la página web, de manera que en el momento en que se produzca la reserva, los responsables de las casas rurales y los encargados de las actividades quedan avisados de la reserva.

Las ventajas que reporta el canal web, como se ha indicado en las fortalezas del DAFO son :

- Mayor número de clientes que un establecimiento, ya que al ser online, llega a más personas porque no depende del sitio en el que esté la empresa.
- Servicio 24 horas, no tiene horario, por lo que los consumidores pueden acceder al sitio web en el momento que puedan.
- Menos costes porque al no tener stock, no hay costes de almacenaje, y por ser un comercio online, también se reducen los costes al no tener tienda física.

Las desventajas, tal y como se ha mencionado en el DAFO son la falta de confianza que puede generar el comercio electrónico, los productos y servicios no se pueden ver ni tocar y al realizar la transacción económica los clientes pueden sentirse inseguros, por otra parte, la necesidad de tener Internet para poder contratar este tipo de servicio.

MONCATUR, mediante el canal de venta online, va a hacer que los clientes confíen al máximo y para ello se aportarán vídeos, imágenes, comentarios y opiniones de otros clientes en la web.

### 4.4. Promoción y publicidad

Mediante la promoción y la publicidad, MONCATUR realiza actividades con el fin de informar a sus futuros compradores sobre la empresa.

Para que se promocioe MONCATUR, debe tener en cuenta qué estrategia va a seguir para lanzar el producto, reconocer la marca y publicitarse, para ello utilizará distintos canales, los cuales son:

---

<sup>4</sup> B2C (Business-to-Consumer): empresas que venden de manera directa a los consumidores finales del producto o servicio.



- Redes sociales

Estará presente en Instagram, Facebook, Twitter y TikTok. También se pretende colaborar con personas que tengan gran influencia en las redes sociales para que den a conocer la marca, y sobre todo para que le den la confianza al público de que los productos y servicios de MONCATUR son de calidad y merecen la pena. También mediante la colaboración con Enjoy Zaragoza, donde se dan a conocer muchas empresas, proyectos, restaurantes o incluso noticias de Aragón y sobre todo de Zaragoza.

- Google Adwards

Se va a utilizar este programa para el posicionamiento que tenga MONCATUR en el buscador, utilizando palabras clave como “Casas Rurales”, “Aragón”, “Tarazona” y “Moncayo”. De esta forma, aparecerá en la primera página de resultados de la búsqueda en Google.

- Blog

Creación de un blog al cual se accede por la página web o las redes sociales, donde nuestros clientes cuenten sus experiencias, recomendaciones, muestran fotos y vídeos. El objetivo del blog es informar a futuros clientes sobre la empresa y animar a consumir sus productos y servicios.

- Feria de Turismo

A pesar de que MONCATUR es una empresa online, la asistencia presencial a distintas ferias como puede ser FITUR en Madrid o ARATUR en Zaragoza, le puede proporcionar a la empresa difusión y prestigio. MONCATUR acudiría a las ferias como invitada en el stand que patrocina la Comarca de Tarazona y el Moncayo, de manera que no le va a suponer ningún coste.

- Influencers

Las personas que colaboran con nosotros en las redes sociales promocionan un código de descuento a sus seguidores. También se realizarán sorteos de Instagram y Facebook, donde la empresa subirá una foto, los consumidores tendrán que mencionar a distintas personas en los comentarios, además de seguirnos en las redes y subir la publicación a historias, de tal manera que se llegue al máximo número de personas.

- El boca a boca

Es imprescindible que los clientes que hayan solicitado nuestros productos y servicios estén lo más satisfechos posible, y así lo recomendarán a sus amistades y familias y de esa manera, confiarán en el servicio.



- Cestas de bienvenida

A la llegada a las casas rurales se les prepara a los clientes una cesta de bienvenida para que degusten algunos de los productos que hay en la página web. Para ello se ha hablado con las empresas de los productos y ellas mismas proporcionarán a MONCATUR unos botes pequeños de muestras con queso, aceite de oliva, mermelada, miel y frutos secos garrapiñados.

- Promociones

Si los clientes compran productos alimentarios, y dicho pack supera los 30€, supondrá el envío gratis para los clientes.

- Coworking

Para los clientes que vayan a realizar coworking durante más de 10 días, se les aplicará un 30% de descuento en su estancia.

Además, en momentos puntuales, se harán ofertas con descuentos que estarán anunciadas en la página web y en las redes sociales de la empresa.

#### 4.5. Logotipo

El logotipo seleccionado para MONCATUR es muy minimalista, se ha seleccionado el color verde claro porque es el más relacionado con la naturaleza. En el logotipo hay tres montañas realizadas con tres triángulos de diferentes tamaños y las letras del nombre de la empresa. La imagen de la empresa es muy importante a la hora de que les llegue a los consumidores, ya que pueden despertar ciertas sensaciones a la hora de elegir la empresa.



*Ilustración 3. Logotipo MONCATUR*

Fuente: Elaboración propia



## 5. VIABILIDAD TÉCNICA

La viabilidad técnica consiste en analizar el proyecto atendiendo sus características tecnológicas, para ello se describe la presentación del producto, la localización los proveedores y analizaremos los costes.

### 5.1. Descripción de la presentación del producto

MONCATUR es una página web destinada a la venta de productos alimenticios, realización de actividades y estancias en casas rurales en la zona de la Comarca de Tarazona y el Moncayo.

A la página web podrán acceder todas las personas sin tener que ser usuario o inscribirse, para poder informarse de los productos y servicios que se ofrece. La página de inicio contiene el logotipo en la esquina superior izquierda, el fondo de la página está en el mismo tono que el logo, y en el medio van apareciendo imágenes aleatorias de las casas rurales, alimentos y actividades, y alguna oferta.

Debajo del logotipo hay un menú donde se accede a los productos y servicios que ofrece, en un apartado están los productos alimenticios, donde aparece toda la gama y sus respectivos precios. En otro apartado están las actividades que se realizan, donde aparecen explicadas en qué consisten cada una de ellas, su duración y el precio y por último, en otro apartado, las estancias en las casas rurales, donde aparece una pequeña descripción de ellas, fotos de todas las partes de la casa, y la opción de realizar coworking y coliving para las empresas.

Desde el menú, también se puede acceder a un blog que se va a habilitar para que los consumidores cuenten sus experiencias, y puedan subir todo tipo de fotos, vídeos o comentarios. También desde MONCATUR se irán subiendo novedades y recomendaciones, como por ejemplo qué restaurantes se recomiendan o actividades y eventos que se realizan por la zona dependiendo de la época del año.

En la misma parte, aparecerá una zona de contacto, donde los clientes se pueden poner en contacto por vía telefónica o por correo electrónico para cualquier duda o problema que les pueda surgir.

Y por último, habrá un apartado donde se pondrán ofertas y promociones, tanto para particulares como para empresas.

Cuando los clientes compren nuestros productos tendrán que introducir su correo electrónico, para que cuando se complete la transacción económica, les llegue un correo de confirmación y de la misma manera se quedan registrados en la página para futuras compras.

Para el envío de productos alimenticios, se va a cuidar mucho el packaging, se utilizarán cajas postales, con el logotipo de la empresa en la parte superior, y al abrirlo irá incluido una nota con frases motivadoras, para darles a los clientes una sensación agradable.



La página web ha sido elaborada por MONCATUR con Prestashop, ya que se ha considerado que es la plataforma más adecuada para la empresa porque está especializada en *e-commerce*.<sup>5</sup>, el servicio es gratuito, y va enfocado tanto para pequeñas empresas, como para grandes corporaciones. Por otro lado, hay que tener en cuenta la contratación de los servicios de Google Adwards, para que la página web se posicione en las primeras páginas de búsqueda. Para el dominio de la empresa, se han contratado los servicios de MASBYTES, S.L., considerando que es la empresa que mejor servicio va a proporcionar a MONCATUR, ya que su sede está cerca de nuestra empresa.

## 5.2. Localización

La sede de MONCATUR se encuentra en la localidad de Tarazona, en la provincia de Zaragoza. Tanto la preparación de pedidos como la atención a la página web se van a desarrollar desde casa.

Los desplazamientos se realizarán en coche, donde se irá a las fábricas a buscar los productos, ya que están en pueblos muy próximos a la ciudad de Tarazona, y posteriormente se realizará cuidadosamente el packaging y se enviará mediante el servicio de CORREOS.

Las casas rurales están ubicadas de manera estratégica en los distintos pueblos de la Comarca de Tarazona y el Moncayo, para que los clientes tengan espacios de tranquilidad, vistas al Parque Natural de Moncayo y a la vez estén cerca de los pueblos.

Las actividades que ofrece MONCATUR son para todo tipo de gustos, ya que hay clientes que tienen un perfil más aventurero, otros tienen intereses culturales, y otros buscan la desconexión y tranquilidad.

Por otro lado, dicha comarca se encuentra muy próxima a Navarra (6,8 km), a Castilla y León (11 km) y a La Rioja (17,1 km), por lo que se considera que es un punto que tiene buena comunicación.

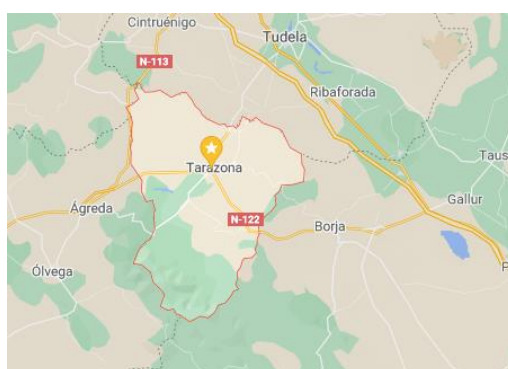


Ilustración 4. Localización Comarca de Tarazona y el Moncayo

Fuente: Google Maps

---

<sup>5</sup> E-commerce: comercio electrónico.





### 5.3. Presupuesto de costes

#### 5.3.1. Costes de Publicidad

La publicidad es un punto fuerte para MONCATUR, ya que se ha considerado que hay que invertir bastante en el marketing digital para este tipo de comercios.

A continuación, se muestra una tabla con el desglose de la inversión en publicidad.

Servicio	€/año
Google Adwords	1.740
Anuncio Facebook	365
Anuncio Instagram	365

*Tabla 3. Costes de publicidad.*

Fuente: Elaboración Propia

Los servicios de Google Adwards tienen unos costes totales al año de 1.740€, dentro de este coste están los costes por palabras clave, como se ha comentado anteriormente hay tres, y cada palabra son 15€ al mes, entonces es un gasto de 540€. Además, la campaña de publicidad en Google cuesta 100€ mensuales, que al año son 1.200€ (*Xplora.EU, 2021*).

Hay distintas maneras de invertir en anuncios publicitarios en Facebook e Instagram, una de ellas es pagando por clics, y otra invirtiendo la cantidad que se desee, y en función de ello aparecen anuncios. MONCATUR se ha decantado por la segunda opción, invirtiendo 1€ al día por cada una de las redes sociales, en total, los costes ascienden a 730€.

#### 5.3.2. Costes de Renting

Para la recogida de las mercancías de productos en los distintos proveedores de la zona, se ha elegido la opción de Renting de un vehículo, ya que en el precio de esta opción además del coche se incluyen todos los servicios relacionados con él:

- Asistencia 24 horas todos los días del año.
- Mantenimiento y reparaciones.
- Paso de ITV.
- Sustitución de neumáticos (desgaste, pinchazo, reventón)
- Seguro.
- Gestión de multas online.
- Servicios telemáticos.
- Impuesto de matriculación y circulación.

Los gastos que no se incluyen en renting son los gastos de combustible, estacionamiento, limpieza, actualizaciones del sistema de navegación y multas.



El coche que se ha seleccionado para MONCATUR es el SEAT ARONA STYLE GO2, cuyo precio son 222€/mes. Se ha solicitado este servicio a través de la empresa de renting IDONEO.

### **5.3.3. Costes de Transporte**

La empresa que se va a encargar del transporte de los pedidos va a ser CORREOS. Se realizó una simulación en una página web, y el método más cómodo y económico era el de esta empresa, ya que recogen el pedido en el domicilio de MONCATUR y lo llevan hasta el domicilio de las personas que lo hayan solicitado. Se ha previsto que el peso medio de las cajas será de 6 kg y el tamaño de 40cmx40cmx20cm por un precio de 7,5€/pedido.

Para estimar este cálculo, se ha realizado la suma de los precios por kilo de todos los productos excepto de la trufa, ya que es el producto más caro (54,5€/unidad), el que menos pesa (50-60 gramos/unidad), y se considera que no todas las personas la comprarán. A continuación, se ha dividido el coste de CORREOS entre esa suma, y el gasto que supone para MONCATUR el transporte de los alimentos es de 11,6% de la cifra de ventas de los productos alimentarios.

### **5.3.4. Costes de Embalaje**

Se van a comprar 150 cajas del tamaño 40cmx40cmx20cm en la empresa KARTOX, cada caja tiene un precio de 3,57€/unidad. Las cajas postales serán de color marrón por dentro y por fuera y en la solapa superior estará plasmado el logotipo.

El gasto que suponen estas cajas se ha calculado de la misma manera que los costes de envío, dividiendo 3,57 entre la suma de los precios (excepto la trufa), y el resultado es 5,5% sobre la cifra de ventas de los productos alimentarios.



## 6. VIABILIDAD LEGAL Y ORGANIZATIVA

En este apartado se va a seleccionar el tipo de forma jurídica para MONCATUR, atendiendo a las necesidades que tiene el negocio y de los socios. Se ha basado en el número de socios que constituyen la empresa, y la actividad que se va a llevar a cabo.

### 6.1. Sociedad mercantil elegida

MONCATUR ha considerado que el tipo de sociedad mercantil más adecuada es la Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal (SLU), donde la sociedad va a estar limitada al capital aportado y si fuera el caso de que se contrajeran deudas, no se responde con el patrimonio personal del socio, el capital mínimo a aportar son 3.000€.

Todo el capital social de la empresa va a ir destinado al único socio, que a su vez será el único trabajador de MONCATUR. El tipo de sociedad limitada unipersonal, según el artículo 12 de la LSC<sup>6</sup>, es de origen, lo que quiere decir, que la empresa se crea siendo un tipo de sociedad unipersonal, y así aparecerá en la inscripción del Registro Mercantil.

### 6.2. Procedimiento de la constitución

Para constituir la sociedad de responsabilidad limitada unipersonal, hay que seguir los siguientes pasos, según el Registro Mercantil (*Registro Mercantil Central*, 2021):

1. Registrar el nombre. Mediante la página web del Registro Mercantil Central, donde se solicita el certificado negativo de denominación social, esto quiere decir, que no hay ninguna sociedad que tenga el mismo nombre que el seleccionado. Al realizar este servicio por vía telemática, supone un coste de 13,52 € + IVA.
2. Abrir cuenta bancaria a nombre de la empresa. Una vez se obtenga el certificado del nombre en el Registro Mercantil Central, se abre una cuenta bancaria con el nombre de la empresa donde se deposita de forma íntegra el capital mínimo exigido, 3.000€. El banco emite un certificado de dicho ingreso, el cual se entrega posteriormente a la notaría. Normalmente no se podrá disponer del dinero hasta que se presente en el banco el alta en Hacienda y las escrituras selladas por el Registro Mercantil, pero a partir de ese momento, se podrá disponer de ese dinero para cualquier gasto e inversión.
3. Redacción de los estatutos. Los Estatutos Sociales deberán estar redactados por el socio, para incorporarse posteriormente a la escritura pública de la constitución. Esta tarea se recomienda que se delegue en un abogado o en la notaría.

---

<sup>6</sup> LSC: Ley de Sociedades de Capital



Hay una serie de elementos mínimos que debe contener cualquier Estatuto, los cuales son: en la denominación tiene que figurar "sociedad de responsabilidad limitada"; la actividad a la que se va a dedicar la sociedad, la fecha de cierre de cada ejercicio, el domicilio social dentro del territorio español, el capital social, las participaciones en que se divida, valor nominal de cada participación y numeración de las mismas, y el sistema de administración de la sociedad.

4. Escritura pública de la constitución. La escritura pública se realiza ante notario, es necesario realizarlo para su posterior inscripción en el Registro Mercantil. Para ello es necesario aportar la siguiente documentación:
  - Estatutos Sociales de la Sociedad
  - Certificación negativa del Registro Mercantil Central
  - Certificación bancaria de la aportación dineraria de Capital Social.
  - D.N.I. original de cada uno de los socios fundadores
  - Declaración de inversiones exteriores
5. Liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales. El Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos documentados es un tributo que grava la constitución de la sociedad, y se tiene que liquidar en las oficinas de Hacienda de Aragón en el plazo de 30 días desde el otorgamiento de la escritura. Se debe aportar debidamente cumplimentado el Modelo 600, y una copia de la escritura pública o fotocopia de esta. Tiene un coste del 1% del capital aportado.
6. Trámites en Hacienda. Obtención del NIF, alta en el IAE, declaración censal:
  - a) Obtención del Número de Identificación Fiscal. Una vez se realiza la firma de escrituras, hay que dirigirse a Hacienda para obtener el N.I.F. (Número de Identificación Fiscal) provisional para sociedad, las etiquetas y las tarjetas identificativas. Para ello hay que aportar debidamente cumplimentado el modelo 036, la fotocopia del D.N.I. del firmante y la fotocopia de la escritura de constitución que se obtiene en el notario. Posteriormente, se asignará el N.I.F. provisional, que tendrá una validez de 6 meses. Una vez transcurrido ese tiempo, la Sociedad debe canjearlo por el definitivo.
  - b) Alta en el I.A.E. (Impuesto de Actividades Económicas). Es un tributo local que grava la actividad de las empresas, profesionales y artistas, se necesita tantas altas como actividades se vayan a desarrollar. Para llevar a cabo los trámites de alta, modificación o baja, es necesario que se aporte el modelo 840 con el N.I.F. en Administración Tributaria donde se ejerce la actividad.
  - c) Declaración censal (IVA). Se detalla el comienzo, la modificación o el cese de la actividad. Tiene que ser presentada por todos aquellos que tengan obligaciones tributarias (empresarios, profesionales, artistas...). Para la expedición, es necesario presentar el modelo 036, junto al NIF de la Sociedad y el documento acreditativo de alta en el IAE.



7. Inscripción en el Registro Mercantil. MONCATUR tiene que inscribirse en el Registro Mercantil de la provincia, en Zaragoza. Tiene un plazo de dos meses desde la obtención de la escritura de la constitución y se necesita aportar:
  - Copia auténtica de la escritura de la constitución de la Sociedad.
  - Certificación negativa de denominación social.
  - Documento acreditativo de haber liquidado el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
  - Copia NIF provisional.
8. Obtención del NIF definitivo.

Por último, una vez realizado todo lo anterior, hay que dirigirse a Hacienda de nuevo para canjear la tarjeta provisional de NIF por la definitiva, una vez se haya inscrito efectivamente la constitución de la sociedad.

Una vez se hayan realizado todos estos pasos, ya se puede empezar a realizar la actividad de la empresa. Para ello hay que acudir a la Seguridad Social y al Ayuntamiento de Tarazona, para obtener la licencia de apertura.

Normalmente, las empresas tienen un tipo de gravamen del 25% en el Impuesto de Sociedades. Según el Artículo 29 de la Ley del Impuesto de Sociedades, a las empresas de nueva creación se les permite aplicar un gravamen reducido del 15% durante los dos primeros periodos en que la Base Imponible sea positiva.

### 6.3. Socio inversor

MONCATUR es una empresa que ha sido planteada por una sola persona, así que va a tener un único socio. Como se ha comentado anteriormente, la forma jurídica elegida para la empresa es Sociedad Limitada, por lo que el socio va a ser el único trabajador de esta.

La tarea que desempeña el socio es de gestionar la página web, preparar los pedidos de productos alimentarios, desde ir a recoger los productos a las empresas, preparar el packaging y avisar a CORREOS para que vayan a buscar al domicilio de la empresa el paquete; también gestiona las reservas que realicen los clientes de las casas rurales y de las actividades, de manera que los dueños de las casas y las empresas de las actividades estén avisados en el momento en que se realice la reserva.

Al ser un único socio, el 100% de los beneficios que obtiene MONCATUR van destinados a Reservas, para una futura inversión o para reparto de beneficio para el único socio.

En la Tabla 4 se desglosa el sueldo que cobra el socio de MONCATUR y la Seguridad Social a cargo de la empresa.



CONCEPTO		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SUELDOS Y SALARIOS	<b>GERENTE</b>	24.000,00	24.480,00	24.969,60	25.468,99	25.978,37
SEGURIDAD SOCIAL-EMPRESA	31,40%	7.536,00	7.686,72	7.840,45	7.997,26	8.157,21
<b>TOTAL</b>		<b>31.536,00</b>	<b>32.166,72</b>	<b>32.810,05</b>	<b>33.466,26</b>	<b>34.135,58</b>

*Tabla 4. Sueldos y Salarios y Seguridad Social a cargo de la empresa.*

Fuente: Elaboración Propia

Los sueldos y salarios se prevé que aumenten un 2% cada año debido a la subida del IPC, también aumenta un 2% los precios en costes y en ventas. La cotización empresarial supone un 31,4% , esta cifra proviene de contingencias comunes (23,6%), Contingencias profesionales (1,5%), Desempleo (5,5%) y Formación y FOGASA (0,8%).



## 7. VIABILIDAD ECONOMICA-FINANCIERA

Por último, se va a realizar un análisis de la viabilidad económico-financiera de MONCATUR, donde en primer lugar se elaboran las distintas cuentas anuales para comprobar la futura viabilidad que tiene la empresa, por medio del análisis de los ratios más importantes.

### 7.1. Presupuesto de ventas

Para realizar la previsión de ventas para los cinco primeros años de MONCATUR, se han tenido en cuenta los días y la media de personas que ocuparán las casas rurales cada mes<sup>7</sup> (grupos de familias o amigos y coworking), además se prevé que de las personas que se alojen en las casas rurales por ocio, el 60% contratará la realización de actividades, el 80% comprará productos alimentarios y el 100% de las personas que compraron productos la primera vez, volverán a comprar y en esta cifra también se incluye a las personas que volverán a comprar productos para que se lo envíen a sus casas.

Se ha considerado que los precios van a aumentar un 2% en los próximos años debido a la subida del IPC. De tal forma, se ha calculado el precio medio de coste, sumando todos los costes de adquisición de cada producto alimentario y dividiendo entre el número total de ellos, y el precio medio de venta haciendo lo mismo que en el precio medio de coste, pero utilizando el precio de venta. El presupuesto de ventas es el producto entre el número de unidades que se han estimado que se van a vender por el precio de venta. En el caso de las casas rurales, se ha sumado la ocupación normal al precio de venta, y la ocupación de coworking con un 30% de descuento. En el cuadro que se muestra a continuación, aparecen las previsiones de venta que ha obtenido MONCATUR para los próximos 5 años.

	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>152.425,01</b>	<b>159.064,01</b>	<b>165.339,97</b>	<b>171.851,38</b>	<b>178.589,34</b>
<i>Ventas de PRODUCTOS</i>	72.020,68	74.927,77	77.959,50	81.114,11	84.395,96
<i>Ventas de SERVICIOS</i>	24.991,74	26.000,52	27.052,55	28.152,71	29.286,05
<i>Gestión CASAS RURALES</i>	55.412,59	58.135,72	60.327,92	62.584,56	64.907,33

Tabla 5. Presupuesto de ventas

Fuente: Elaboración propia

En el Anexo en los apartados 11.1 y 11.2, se muestra la tabla de unidades vendidas y la de los precios medios de costes y servicios, a partir de los cuales se ha realizado la previsión de ventas.

<sup>7</sup> Se realizó una llamada telefónica con el presidente de Casas Rurales de La Comarca de Tarazona y el Moncayo, Jesús Gracia, y comentó los meses que las casas rurales estaban prácticamente completas todos los fines de semana. Por lo que la estimación de ventas se ha hecho a partir de esos datos.



## 7.2. Inversión

La única inversión que realiza MONCATUR es la compra de equipos informáticos, en concreto un ordenador portátil y una impresora/escáner. Entre los dos tienen un coste de 1.000€. El ordenador portátil es de la marca Lenovo IdeaPad 5 y tiene un coste de 800€ y la impresora multifunción de Epson, tiene un coste de 200€.

A continuación se muestra el cuadro de amortización del inmovilizado, ya que se ha considerado que estos equipos se amortizan en 5 años.

	Fecha compra	Precio compra	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
EQUIPOS INFORMATICOS	ene-21	1.000,00	20,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
suma		1.000,00		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00

Tabla 6. Amortización Inmovilizado Material

Fuente: Elaboración propia

## 7.3. Fuente de financiación

Para cubrir la inversión de los equipos informáticos y los gastos de aprovisionamiento, MONCATUR ha decidido recurrir a la financiación ajena, solicitando préstamo por importe de 3.000€ a la entidad financiera ABANCA. Dicho préstamo tiene una duración de 3 años, por lo tanto, es un préstamo a largo plazo.

La elección de la cuantía del préstamo y de la entidad financiera ha sido en función de los gastos que iban a necesitar, y al ser una empresa de servicios y tener muy poca inversión se ha considerado que el préstamo tenía que ser de poco dinero. La entidad financiera se ha seleccionado teniendo en cuenta la que mejores condiciones nos aportaba para el préstamo, como para la apertura de la cuenta de empresa.

Valor del préstamo	3.000,00 €
TNA (30/360)	4,5%
Años	3
Frecuencia de Pago	Mensual
Interés equivalente	0,375%
Nº de pagos por año	12
Nº Total de Cuotas	36

Tabla 7. Préstamo a largo plazo

Fuente: Elaboración Propia





## 7.4. Costes de la empresa

MONCATUR soporta costes fijos, que no presentan variaciones ante los cambios que sucedan en la empresa, y costes variables, que como su nombre indica, varían en función de las ventas que realice la empresa.

A continuación, se muestra una tabla con los costes fijos y los costes variables de MONCATUR para el primer año.

	<b>AÑO 1</b>
<b>COSTES FIJOS</b>	37590
Seguros	150
Publicidad	2470
Teléfono/Internet	420
Dominio web y Hostings	150
Personal	31.536,00
Renting auto	2664
Amortizaciones	200
<b>OTROS GASTOS</b>	600
<b>COSTES VARIABLES</b>	
Productos alimentarios	11,13 precio medio coste de alimentos
Servicios	9,38 precio medio coste de actividades
Casas Rurales	141,50 precio medio coste de casas rurales
Embalaje	5,5% cifra ventas ptos. alimentarios
Transporte (Correos)	11,6% cifra ventas ptos. alimentarios

*Tabla 8. Costes fijos y Costes variables.*

Fuente: Elaboración propia

## 7.5. Estados financieros

Se han llevado a cabo la realización de los estados financieros teniendo en cuenta los cinco primeros años, se ha elaborado un Balance anual, la cuenta de Pérdidas y Ganancias mensual del primer año y anual de los cinco primeros años y Rendimientos netos o Cash Flow anual. Además, se han realizado ratios de liquidez, solvencia, endeudamiento y cobertura, y las rentabilidades económica ROA y financiera ROE.

En primer lugar, se va a comentar el Balance Anual de MONCATUR en la Tabla 9. Al ser una empresa de servicios y que la venta de productos va en función de los pedidos, el balance es muy simple. El Activo No Corriente cuenta únicamente con la inversión de Inmovilizado Material (Equipos Informáticos) y su Amortización Acumulada. El Activo Corriente, está formado por Tesorería. El importe de Tesorería proviene de los resultados obtenidos en el Cash Flow, que veremos más adelante.



El Patrimonio Neto está formado en primer lugar por los Fondos Propios. Dentro de estos, tenemos el Capital Social, con importe de 3.000€ que es la aportación inicial, por otro lado, está formado por las Reservas: Legal y Voluntaria. La Reserva Legal es el 10% del Resultado del Ejercicio del año anterior, hasta llegar al 20% del Capital Social. En el caso de MONCATUR, el segundo, el tercero, y el cuarto año tienen reserva legal, en este último la Reserva Legal era más de 600€, pero se ha puesto esta cifra que corresponde al 20% de 3.000€, y el resto pasa a Reserva Voluntaria. Por último, está el Resultado del Ejercicio, que es la cifra del resultado obtenido en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

El Pasivo No Corriente y Pasivo Corriente, están formado por las Deudas con Entidades de Crédito a largo plazo y a corto plazo, respectivamente. Como el préstamo es a tres años, se ha dividido la cuantía a pagar el primer año, que va a corto plazo y el resto del préstamo que queda a pagar a largo plazo. Y el siguiente año, se ha puesto a corto plazo lo que queda de pagar del préstamo ya que se termina de pagar. En el Pasivo Corriente, también tenemos la cuenta de Hacienda Pública Acreedora por Impuesto de Sociedades. El importe de esta cuenta proviene de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, los dos primeros años el Impuesto de Sociedades supone un 15% del Resultado antes de Impuestos y los siguientes un 25%.

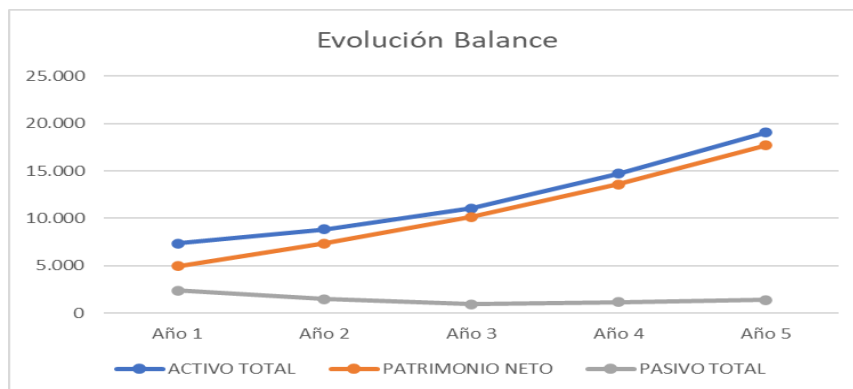
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVO</b>					
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	800,00	600,00	400,00	200,00	0,00
1. Inmovilizado Material	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
2. Amortización Acumulada Inmov. Mat.	-200,00	-400,00	-600,00	-800,00	-1.000,00
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	6.528,27	8.230,62	10.665,42	14.525,54	19.052,81
1. Tesorería	6.528,27	8.230,62	10.665,42	14.525,54	19.052,81
<b>TOTAL ACTIVO (A + B)</b>	7.328,27	8.830,62	11.065,42	14.725,54	19.052,81
<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>					
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	4.941,15	7.358,75	10.138,75	13.578,84	17.684,32
<u>Fondos propios</u>					
1. Capital Social	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
2. Reservas					
Reserva Legal		194,11	435,88	600,00	
Reserva Voluntaria		1.747,03	3.922,88	6.538,75	10.578,84
3. Resultado del ejercicio	1.941,15	2.417,60	2.780,00	3.440,09	4.105,48
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	1.045,24	0,00	0,00	0,00	0,00
<u>Deudas a L/P</u>					
1. Deudas con entidades de crédito	1.045,24		0,00		
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	1.341,88	1.471,87	926,67	1.146,70	1.368,49
<u>Deudas a C/P</u>					
1. Deudas con entidades de crédito	999,33	1.045,24			
2. H.P. acreedora impuesto de sociedades	342,56	426,64	926,67	1.146,70	1.368,49
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>	7.328,27	8.830,62	11.065,42	14.725,54	19.052,81

Tabla 9. Balance Anual.

Fuente: Elaboración Propia



A continuación, en la Ilustración 5, se muestra un gráfico de líneas con la evolución de las tres masas patrimoniales (Activo Total, Patrimonio Neto y Pasivo Total), donde se puede ver como el Activo Total y el Patrimonio Neto aumentan debido al incremento de los resultados obtenidos en la empresa y al incremento de tesorería. Sin embargo, el Pasivo va disminuyendo debido a que el préstamo a partir del tercer año desaparece y solamente está formado por Hacienda Pública Acreedora del Impuesto de Sociedades.



*Ilustración 5. Evolución Balance de Situación*

Fuente: Elaboración Propia

La Cuenta de Pérdidas y Ganancias se ha realizado mensual (Anexo 11.8) y anual (Tabla 10), para comprobar de mejor manera si hay algún mes en el que los resultados que se obtienen son negativos y poder compensarlo con ofertas.

Para los Ingresos, solo se ha tenido en cuenta la previsión de ventas, donde se ha desglosado las Ventas de Alimentos, la contratación de Actividades y los Alojamientos de Casas Rurales (teniendo en cuenta alojamientos por ocio y por coworking).

En cuanto a los costes, se han tenido en cuenta, las compras de los alimentos, de la contratación de las actividades y de las estancias en las casas rurales; de los Aprovisionamientos (cajas embalaje), los Arrendamientos (renting), Transporte de mercancías (CORREOS), las Primas de Seguros, Publicidad y Propaganda, Otros Servicios (Material de oficina o gasolina), Sueldos y Salarios, Seguridad Social a cargo de la Empresa, Otros Gastos financieros (Amortización del Préstamo), la Amortización del Inmovilizado Material y el Impuesto de Sociedades.



	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>152.425,01</b>	<b>159.064,01</b>	<b>165.339,97</b>	<b>171.851,38</b>	<b>178.589,34</b>
Ventas de PRODUCTOS	72.020,68	74.927,77	77.959,50	81.114,11	84.395,96
Ventas de SERVICIOS	24.991,74	26.000,52	27.052,55	28.152,71	29.286,05
GESTION CASAS RURALES	55.412,59	58.135,72	60.327,92	62.584,56	64.907,33
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>150.141,31</b>	<b>156.219,77</b>	<b>161.633,30</b>	<b>167.264,59</b>	<b>173.115,37</b>
Compras de Mercaderías	53.853,51	56.027,28	58.294,26	60.653,13	63.107,13
Compras de servicios	15.120,00	15.730,31	16.366,79	17.032,39	17.718,06
Casas rurales	31.696,00	32.907,24	34.301,47	35.738,30	37.218,89
Compras aprovisionamientos (Embalaje)	2.961,94	4.121,03	4.287,77	4.461,28	4.641,78
Arrendamientos y Cánones	2.664,00	2.664,00	2.664,00	2.664,00	2.664,00
Transportes	8.354,40	8.691,62	9.043,30	9.409,24	9.789,93
Primas de Seguros	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Publicidad, Propaganda	2.470,00	2.470,00	2.470,00	2.470,00	2.470,00
Otros servicios	1.020,00	1.020,00	1.020,00	1.020,00	1.020,00
Sueldos y Salarios	24.000,00	24.480,00	24.969,60	25.468,99	25.978,37
Seguridad Social a cargo Empresa	7.536,00	7.686,72	7.840,45	7.997,26	8.157,21
Otros gastos financieros	115,45	71,56	25,65	0,00	0,00
Amortización del Inmov. Material	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>RESULTADO ANTES IMPUESTOS</b>	<b>2.283,70</b>	<b>2.844,24</b>	<b>3.706,67</b>	<b>4.586,79</b>	<b>5.473,97</b>
Impuesto de Sociedades	342,56	426,64	926,67	1.146,70	1.368,49
<b>RESULTADO DEPUÉS IMPUESTOS</b>	<b>1.941,15</b>	<b>2.417,60</b>	<b>2.780,00</b>	<b>3.440,09</b>	<b>4.105,48</b>

Tabla 10. Cuenta de Pérdidas y Ganancias Anual.

Fuente: Elaboración Propia

Como se ha mencionado al principio del apartado, se ha realizado el análisis de las ratios de liquidez, solvencia, endeudamiento y la rentabilidad económica y financiera para los cinco primeros años de funcionamiento de MONCATUR.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>LIQUIDEZ (AC/PC)</b>	4,865	5,592	11,509	12,667	13,922
<b>SOLVENCIA (A/P)</b>	3,070	6,000	11,941	12,842	13,922
<b>ENDEUDAMIENTO (PN/P)</b>	0,483	0,200	0,091	0,084	0,077
<b>ROA (Resultado/Activo)</b>	26,49%	27,38%	25,12%	23,36%	21,55%
<b>ROE (Resultado/Fondos Propios)</b>	39,29%	32,85%	27,42%	25,33%	23,22%

Tabla 11. Ratios financieros y económicos

Fuente: Elaboración Propia



El ratio de liquidez indica cuántos euros tiene la empresa en activos corrientes, por cada euro que tiene de deuda a corto plazo. En el caso del primer año de MONCATUR, quiere decir que tiene 4,865€ en su activo corriente, por cada euro de deuda a corto plazo. El ratio de liquidez es óptimo cuando se encuentra alrededor de 1,5. El ratio de liquidez para MONCATUR es muy superior al óptimo conforme pasan los años, lo cual puede ser un problema, ya que indicaría exceso de bienes sin invertir, y la empresa tendría exceso de recursos ociosos.

El siguiente ratio a analizar es el de solvencia, es la relación existente entre los bienes de la empresa (Activo Total) y las deudas y obligaciones (Pasivo Total). El resultado óptimo de solvencia es 1,5, en el caso de MONCATUR, es superior a esta cifra, lo que quiere decir que puede tener activos improductivos.

El ratio de endeudamiento mide la relación entre las dos formas de financiación de la empresa, recursos propios y recursos ajenos. El resultado óptimo sería que el ratio fuera menor que uno, en el caso de MONCATUR todos los años es menor a uno.

La rentabilidad económica (ROA), mide la capacidad que tienen los activos de generar beneficios sin tener en cuenta su financiación. La interpretación del primer año es, por cada 100€ que MONCATUR ha invertido, ha obtenido un beneficio de 31,16€.

La rentabilidad financiera (ROE), mide el rendimiento que tiene la empresa como consecuencia de realizar inversiones. El valor óptimo de este ratio es cuanto mayor sea el resultado mejor para la empresa. En el caso de MONCATUR todos los años presenta una rentabilidad financiera positiva, por lo que no va a tener ningún problema de financiación.

Se ha realizado el Cash Flow o Rendimiento Neto, para hallar por un lado la Tesorería para el Balance, y por otro lado para poder calcular el VAN y el TIR.

Para hallar la Tesorería, se ha tenido en cuenta el momento cero, que es el momento previo al funcionamiento de la empresa, y en el caso de MONCATUR está formado por la aportación de los socios y la concesión del préstamo y también se ha tenido en cuenta la previsión de los cinco primeros años.

Los cinco primeros años están formados por los cobros pendientes, que son los flujos de caja del año anterior, ingresos obtenidos de las ventas de alimentos, actividades y casas rurales, por los gastos, formados por la inversión de los equipos informáticos, aprovisionamientos, servicios exteriores, otros servicios, gastos financieros y Hacienda Pública Acreedora que se paga en el mes de julio del siguiente año, por eso en el primer año, la cuantía es cero.

Para calcular el VAN y el TIR, se ha tenido en cuenta lo mismo que la Tesorería, excepto los cobros pendientes. El VAN es el valor actualizado de los flujos de caja que la empresa genera a lo largo de los años. Se han tenido en cuenta los cinco primeros años de vida de la empresa, y el VAN es de 5.067,88€, al ser mayor que cero, quiere decir que la inversión se recupera y la empresa obtendrá beneficios.



El TIR es la tasa interna de rentabilidad, la tasa para la que el VAN es igual a cero. En el caso de MONCATUR, la TIR es 23,92%. Se ha utilizado como tasa de descuento, la tasa del préstamo 4,5%, de tal manera que la TIR obtenida es mayor a la tasa de rentabilidad mínima exigida de la inversión.

AÑOS	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Financiación</b>						
Aportación socio	3000					
Préstamos	3000					
<b>Ingresos</b>		152425	159064	165340	171851	178589
<u>Ventas</u>						
Venta productos		72021	74928	77959	81114	84396
Venta servicios		24992	26001	27053	28153	29286
Alojamiento casas rurales		55413	58136	60328	62585	64907
<b>Pagos previstos</b>		151897	157362	162905	167991	174062
<u>Inversión (Inmov. Mat.)</u>						
Inversión (EPI)		1000				
<u>Aprovisionamientos y servicios</u>						
Compras productos		53853,51	56027,28	58294,26	60653,13	63107,13
Prestación servicios		15120,00	15730,31	16366,79	17032,39	17718,06
Alojamiento casas rurales		31696,00	32907,24	34301,47	35738,30	37218,89
Compras otros aprov. (Embalajes)		2961,94	4121,03	4287,77	4461,28	4641,78
<u>Servicios exteriores</u>						
Arrendamientos y cánones		2664,00	2664,00	2664,00	2664,00	2664,00
Transporte		8354,40	8691,62	9043,30	9409,24	9789,93
Prima de Seguros		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Publicidad, Propaganda y Rel. Públicas		2470,00	2470,00	2470,00	2470,00	2470,00
Otros servicios		1020,00	1020,00	1020,00	1020,00	1020,00
<u>Gastos de personal</u>						
Sueldos y salarios		24000,00	24480,00	24969,60	25468,99	25978,37
Seguridad Social a cargo Empresa		7536,00	7686,72	7840,45	7997,26	8157,21
<u>Gastos financieros</u>						
Cuota Préstamo		1070,89	1070,89	1070,89		
<u>H.P. Acreedora</u>						
H.P. Acreedora IS		0,00	342,56	426,64	926,67	1.146,70
<b>CASH FLOW</b>	<b>-6000</b>	<b>528,27</b>	<b>1702,36</b>	<b>2434,79</b>	<b>3860,13</b>	<b>4527,27</b>

Tabla 12. Cash Flow Anual

Fuente: Elaboración Propia

Para concluir este apartado, el análisis de los estados financieros ha permitido que se pueda ver que los ratios de liquidez y solvencia, tienen unos resultados muy altos, esto es debido a que el Activo No Corriente, cada año disminuye y las Reservas aumentan, lo cual puede ser un problema para la empresa. Para corregir estos ratios y acercarse al óptimo, MONCATUR deberá realizar inversiones como por ejemplo comprar una casa rural propia o realizar ella misma actividades de paseos en bicicletas con pedaleo



asistido, donde tendrá que invertir en la compra de 10 bicicletas eléctricas. Por otra parte, el resto de ratios y el VAN y el TIR, presentan unos resultados muy buenos para la empresa.



## 8. VALORACIÓN DEL RIESGO Y MEDIDAS CORRECTORAS

El primer riesgo al que puede enfrentarse MONCATUR es que la empresa no sea aceptada por los clientes y no tenga éxito, de tal manera, que quebraría y habría que cerrarla. Para que esto no suceda, MONCATUR tiene que estar continuamente invirtiendo en publicidad y agradando a los clientes, para que ellos repitan y lo recomienden.

Otro riesgo que corre es que las empresas de la competencia comiencen a implantar productos alimentarios, es decir, que tengan la misma estrategia que MONCATUR. En este caso, MONCATUR tendría que buscar otra estrategia de diferenciación, como realizar algún evento con distintas dinámicas en las casas rurales.

La disminución del turismo rural debido a que los consumidores prefieran otro tipo de turismo provocaría una caída de las ventas para MONCATUR. Si sucediera eso, habría que realizar ofertas con descuentos para que más gente contratara los servicios y productos.

Otro riesgo es que no sepan de la existencia de MONCATUR personas que les interesen los temas de actividades en la naturaleza, porque sean de algún lugar donde no se conoce la Comarca de Tarazona y el Moncayo, para ello, se realizarían folletos para que se repartieran por los grupos de senderismos de España y también se dejarían en algunos polideportivos.

El último riesgo, podría ser un empeoramiento de la situación sanitaria de la Covid-19 que pudiera dar lugar a cierres perimetrales, de provincia, localidades o CCAA. En ese caso, MONCATUR realizaría ofertas para gente que pudiera acudir y así las casas rurales no estarían vacías, y las empresas de realización de actividades también tendrían clientes.

En conclusión, hay que tener en cuenta que todas las empresas pueden sufrir riesgos, para ello, hay que anticiparse a pensar qué se haría si ocurrieran para saber actuar con tiempo y que la empresa no pierda o si pierde, que sea lo mínimo posible.





## 9. RESUMEN Y CONCLUSIONES

Para terminar, vamos a realizar una valoración final sobre el desarrollo del negocio, las conclusiones a las viabilidades y análisis que hemos realizado para el plan de negocio de la empresa MONCATUR.

En cuanto al negocio, se ha buscado una forma de que la empresa obtenga rentabilidad, a la vez que sea totalmente sostenible con el medio ambiente. Con este proyecto se quiere dar a conocer una zona poco conocida de Aragón, y en la que se pueden hacer gran variedad de actividades y visitar diferentes lugares.

Como aspecto negativo, hay que hacer más hincapié en la digitalización en el medio rural, ya Internet se ha vuelto indispensable en nuestras vidas, y también dotar a los pueblos de buena tecnología, ya que, en cierta medida, también se combatiría el despoblamiento rural, porque habría empresas que podrían implantarse allí si hay buena conexión y llamaría más la atención de los jóvenes.

Es muy importante que MONCATUR aproveche continuamente las oportunidades que le vaya presentando el mercado, prepare a la empresa contra las amenazas que vayan surgiendo, y valore las debilidades y fortalezas que tiene, ya que resulta imprescindible para saber la situación actual en la que se encuentra el mercado en cada momento.

El turismo rural está teniendo mucha aceptación por parte de los turistas, ya que con la situación de emergencia sanitaria que se está viviendo, la gente busca un lugar en el que pueda estar tranquilamente sin aglomeraciones de personas, además de que siempre ha habido personas que han visitado el medio rural, es un buen momento para que personas que no lo hayan hecho anteriormente lo prueben.

La forma jurídica seleccionada para MONCATUR es una Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal, ya que MONCATUR tiene un único socio. La responsabilidad depende del capital aportado, de manera que en caso de que se contraigan deudas, el socio no tenga que responder con su patrimonio personal.

Al ser una empresa que no tiene establecimiento físico, sino que su forma de abrirse al mercado es mediante una página web, los costes no han sido muy elevados ya que los costes de alquiler del local, luz, agua y otros suministros no los tenemos, ya que el socio realizará las gestiones desde su propia casa.

En cuanto a los resultados que hemos obtenido de las Cuentas Anuales, hay que tener en cuenta que los ratios de liquidez y solvencia son demasiado altos, están muy por encima del óptimo, por lo que para que no haya exceso de bienes sin invertir, que estos no sean improductivos y que la empresa no tenga exceso de recursos ociosos, tendrá que realizar inversiones como por ejemplo comprar una casa rural propia o realizar actividades como paseos en bicicletas de pedaleo asistido donde la empresa tendrá que comprar bicicletas eléctricas.



Finalmente, para concluir, la empresa MONCATUR tiene viabilidad a largo plazo, por lo que en un futuro, posiblemente se replantee la opción de poder ampliar sus servicios a otras zonas como por ejemplo las Bardenas Reales de Navarra, situadas muy cerca de donde va a comenzar realizando la actividad.



## 10. BIBLIOGRAFÍA

CadenaSer (2021). El turismo rural, ese gran invento. [En línea] [Consulta: abril 2021]  
<[https://cadenaser.com/emisora/2021/04/28/radio\\_zaragoza/1619597794\\_108279.html](https://cadenaser.com/emisora/2021/04/28/radio_zaragoza/1619597794_108279.html)>

Cátedra en agricultura digital y sostenibilidad (2019). Estrategia de digitalización del sector agroalimentario y forestal y del medio rural. [En línea] [Consulta: abril 2021]  
<[https://catedracorteva.com/wp-content/uploads/2019/10/estrategia\\_digitalizacion\\_sector\\_agroalimentario\\_forestal\\_medio\\_rural\\_ve\\_tcm30-509645.pdf](https://catedracorteva.com/wp-content/uploads/2019/10/estrategia_digitalizacion_sector_agroalimentario_forestal_medio_rural_ve_tcm30-509645.pdf)>

CNAE.COM (2020). Buscador de Actividades y Códigos del CNAE (Código Nacional de Actividades Económicas) [Consulta: mayo 2021]  
<<https://www.cnae.com.es/buscar-cnae.php>>

Consenso del Mercado (2021). El IPC de España se dispara hasta el 1,3% en marzo, su mayor nivel en casi dos años. [En línea] [Consulta: marzo 2021].  
< <https://consensodelmercado.com/es/noticias-destacadas/el-ipc-de-espana-se-dispara-hasta-el-13-en-marzo-su-mayor-nivel-en-casi-dos-anos> >

El Diario (2021). El ritmo de vacunación permite comenzar a inmunizar a los grupos con más movilidad en toda España [En línea] [Consulta: junio 2021].  
<[https://www.eldiario.es/sociedad/ritmo-vacunacion-permite-comenzar-inmunizar-grupos-movilidad-espana\\_1\\_8029101.html](https://www.eldiario.es/sociedad/ritmo-vacunacion-permite-comenzar-inmunizar-grupos-movilidad-espana_1_8029101.html)>

El Economista (2020). Los cuatro factores que darán forma a la recuperación de la Eurozona en 2021 [En línea] [Consulta: marzo 2021].  
<<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10942229/12/20/Los-cuatro-factores-que-daran-forma-a-la-recuperacion-de-la-Eurozona-en-2021-vuelta-de-la-inflacion-gasto-publico.html>>

Epdata (2021). ¿Cuántos turistas llegan a España? [En línea] [Consulta: abril 2021]  
<<https://www.epdata.es/datos/turistas-turismo-espana/64/espana/106>>

Escapada Rural (2021). Tendencias turísticas 2021: Ecoturismo y Turismo Rural. [En línea] [Consulta: abril 2021]  
<[https://www.escapadarural.com/blog/wp-content/uploads/INFORME\\_TURISMO\\_RURAL\\_ECOTURISMO.pdf](https://www.escapadarural.com/blog/wp-content/uploads/INFORME_TURISMO_RURAL_ECOTURISMO.pdf)>

Expansión (2021a). Datosmacro.com Aragón. [En línea] [Consulta: abril 2021].  
<<https://datosmacro.expansion.com/ccaa/aragon#:~:text=Su%20PIB%20es%20de%2038.044,PIB%20per%20c%C3%A1lita%20en%20Espa%C3%B1a.>>

Expansión (2021b). Datosmacro.com IPC España. [En línea] [Consulta: abril 2021].  
<<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/espana>>



Heraldo de Aragón. Aragón, la segunda comunidad con mejor calidad de vida. [En línea] [Consulta: abril 2021]

<<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2020/11/08/aragon-la-segunda-comunidad-con-mejor-calidad-de-vida-1403680.html>>

Idoneo.es (2021). Renting de vehículos para empresas. [En línea] [Consulta: abril 2021]

< [https://idoneo.es/renting/solicitud-ofertas/empresas?ga\\_campaign=Producto:Suscripcion|Empresas&ga\\_adgroup=Producto:Suscripcion|Empresas&ga\\_keyword=oferta%20renting%20empresas&ga\\_network=g&gclid=CjwKCAjwqcKFBhAhEiwAfEr7zY2ZK\\_nnOWbLTcAwvpLF8Wv\\_o7q3W9nD-cLAdcpwgq4bGn\\_2itAvphoCQE4QAvD\\_BwE](https://idoneo.es/renting/solicitud-ofertas/empresas?ga_campaign=Producto:Suscripcion|Empresas&ga_adgroup=Producto:Suscripcion|Empresas&ga_keyword=oferta%20renting%20empresas&ga_network=g&gclid=CjwKCAjwqcKFBhAhEiwAfEr7zY2ZK_nnOWbLTcAwvpLF8Wv_o7q3W9nD-cLAdcpwgq4bGn_2itAvphoCQE4QAvD_BwE) >

Kartox.com (2021) Cajas postales a medida. [En línea] [Consulta: abril 2021].

< <https://kartox.com/caja-de-carton-postal-a-medida> >

La Vanguardia (2021). La economía española será la que más crezca en el 2021 y 2022 si la vacunación va bien. [En línea] [Consulta: marzo 2021].

<<https://www.lavanguardia.com/economia/20210211/6239440/economia-espanola-cayo-11-2020.html#:~:text=El%20PIB%20espa%C3%B1ol%20aumentar%C3%A1%20un,5%2%C3%25%20en%20el%202022&text=Por%20lo%20que%20se%20refiere,los%20%C3%BAltimos%20meses%20del%20a%C3%B1o.>>

Masbytes.es (2021). Tu proveedor de Internet. [En línea] [Consulta: junio 2021]

< <https://www.masbytes.es/> >

Mediamarkt.es (2021a) Venta de productos electrónicos. [En línea] [Consulta: mayo 2021]

< [https://www.mediamarkt.es/es/product/\\_port%C3%A1til-lenovo-ideapad-5-15itl05-15-6-fhd-intel%C2%AE-core%E2%84%A2-i7-1165g7-8-gb-ram-512-gb-ssd-iris%C2%AE-xe-w10-1505090.html](https://www.mediamarkt.es/es/product/_port%C3%A1til-lenovo-ideapad-5-15itl05-15-6-fhd-intel%C2%AE-core%E2%84%A2-i7-1165g7-8-gb-ram-512-gb-ssd-iris%C2%AE-xe-w10-1505090.html) >

MediaMarkt.es (2021b) Venta de productos electrónicos. [En línea] [Consulta: mayo 2021]

< [https://www.mediamarkt.es/es/product/\\_impresora-multifunci%C3%B3n-epson-ecotank-et-2714-33-ppm-5760-x-1440-dpi-wi-fi-negro-1504617.html](https://www.mediamarkt.es/es/product/_impresora-multifunci%C3%B3n-epson-ecotank-et-2714-33-ppm-5760-x-1440-dpi-wi-fi-negro-1504617.html) >

Packlink.es (2021) Elegir empresa de transporte. En línea] [Consulta: mayo 2021]

< <https://www.packlink.es/elegir-servicio?hash=1fg8ld> >

Prestashop.com (2021) Crea tu negocio online con Prestashop. [Consulta: mayo 2021]

<<https://www.prestashop.com/es>>

Registro Mercantil Central (2021). Información denominaciones sociales. [Consulta: mayo 2021]

<[http://www.rmc.es/denominacionesSocialesInfo/deno\\_informacion.aspx](http://www.rmc.es/denominacionesSocialesInfo/deno_informacion.aspx)>



Radio Televisión Española (2020). Los españoles impulsan un 18,7% el uso de las casas rurales [En línea] [Consulta: marzo 2021].

<<https://www.rtve.es/noticias/20200831/espanoles-impulsan-187-uso-casas-rurales-julio/2041116.shtml#:~:text=Muchos%20viajeros%20se%20han%20decantado,Instituto%20Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica%20INE>>

Sociedades Mercantiles (2021). Sociedad Limitada sin trabajadores, ¿es posible? [En línea] [Consulta: mayo 2021]

<<https://www.sociedadesmercantiles.org/sociedad-limitada/sin-trabajadores/#:~:text=Adem%C3%A1s%20as%C3%AD%20lo%20establece%20claramente,a%20la%20orden%20del%20d%C3%ADa>>

UNWTO (2021). El turismo: un fenómeno económico y social. [En línea] [Consulta: junio 2021]

< <https://www.unwto.org/es/turismo> >

Xplora.eu (2021). Google Ads. ¿Qué precios, tarifas y cuánto cuesta la gestión de publicidad? [En línea] [Consulta: mayo 2021]

<<https://www.xplora.eu/precio-google-ads/#:~:text=El%20precio%20por%20gestionar%20y%20mantener%20una%20camp%C3%B1a%20en%20Google,mes%20durante%20los%20primeros%20meses>>



## 11. ANEXOS

### 11.1. Cuadro unidades vendidas

		OCUPACION ANUAL												Incremento 2%				
		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	sept	oct	nov	dic	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Nº días mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	365	365	365	365	366
Nº días ocupación	61,37%	15	8	12	15	12	15	31	31	20	25	15	25	224	228	233	238	243
Nº días coworking		10	10	10	10	10	10	0	0	10	0	10	0	80	80	80	80	80
Ocupación media nº personas	12	180	96	144	180	144	180	372	372	240	300	180	300	2688	2742	2797	2853	2910
% Personas contratan servicios	60,00%	108	58	86	108	86	108	223	223	144	180	108	180	1613	1645	1678	1712	1746
% Compras de pdtos alimentarios	80,00%	144	77	115	144	115	144	298	298	192	240	144	240	2150	2193	2237	2282	2328
% Recompras de pdtos alimentarios	100,00%	180	96	144	180	144	180	372	372	240	300	180	300	2688	2742	2797	2853	2910

Fuente: Elaboración Propia

Los meses en los que las casas rurales tienen alta ocupación no se ofrecerá hacer coworking, en los meses que sí, los clientes que lo realicen tendrán un descuento del 30%. Las ventas se prevén que aumenten un 2% cada año.

La ocupación media del número de personas es 12 (número de personas de media por casa rural) por el número de días de ocupación sin contar los días de coworking. El número de personas que contratan servicios son el 60% de previsión por la ocupación media de personas. La compra de productos alimentarios, es el 80% por la ocupación media del número de personas. Y la recompra de productos alimentarios supone el 100% de la ocupación media del número de personas.



## 11.2. Precios medios productos

	precio medio coste AÑO 1	precio medio venta AÑO 1	precio medio coste AÑO 2	precio medio venta AÑO 2	precio medio coste AÑO 3	precio medio venta AÑO 3	precio medio coste AÑO 4	precio medio venta AÑO 4	precio medio coste AÑO 5	precio medio venta AÑO 5
pdts alimentarios	11,13	14,89	11,35	15,18	11,58	15,49	11,81	15,80	12,05	16,11
Servicios	9,38	15,50	9,56	15,81	9,75	16,12	9,95	16,44	10,15	16,77
casas rurales	141,50	197,90	144,33	201,86	147,22	205,90	150,16	210,02	153,16	214,22
ocupación media/casa	12		12		12		12		12	

Incrementos precios			2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
---------------------	--	--	----	----	----	----	----	----	----	----

Fuente: Elaboración Propia

Para calcular el precio medio del coste, se han sumado todos los costes de adquisición de los productos alimentarios, dividido entre 8 (número de productos alimentarios) y lo mismo se ha hecho para los servicios (Actividades) y las casas rurales. El precio medio de venta, se ha hallado de manera similar, pero utilizando el precio de venta de los productos. Se prevé que cada año aumenten los precios un 2%.

### 11.3. Costes embalaje

LARGO 40

ANCHO 40

ALTO 20



UNIDADES

- 150 +

CALCULAR

¿Necesitas ayuda? Consulta por chat,  
 escribe un mail a [hola@kartox.com](mailto:hola@kartox.com) o  
 llama al 938 997 800.

150 uds.

535.50 €

3.57 €/ud.

●

COMPRAR

Fuente: Kartox.com (2021)

### 11.4. Alquiler renting

Gasolina

Manual

Seat Arona Style Go2



60 meses // 10000 km/año  
**222€ / mes**

Ver oferta >

Fuente: Idoneo.es (2021)





## 11.5. Equipos informáticos

Portátil - Lenovo IdeaPad 5 15ITL05, 15.6" FHD, Intel® Core™ i7-1165G7, 8 GB RAM, 512 GB SSD, Iris® Xe, W10



Tamaño pantalla (cm/pulg)  
**39.62 cm / 15.6 "**

Procesador  
**Intel® Core™ i7-1165G7**

Tipo de RAM  
**DDR4**

Tamaño memoria RAM  
**8 GB**


● Entrega 02/06/2021 - 04/06/2021

● Recogida  
[Seleccionar tienda](#)

**799.-**  
IVA incl. con envío gratis

Fuente: MediaMarkt.es (2021a)

Impresora multifunción - Epson ECOTANK ET-2714, 33 ppm, 5760 x 1440 DPI, Wi-Fi, Negro



Tipo de dispositivo  
**Impresora multifunción**

Tecnología de impresión  
**Inyección de tinta**

Impresión a Color  
**Sí**

Impresión b&n/color  
**33 ppm / 15 ppm**

● Entrega 02/06/2021 - 04/06/2021

● Recogida  
[Seleccionar tienda](#)

**199.-**  
IVA incl. con envío gratis

Fuente: MediaMarkt.es (2021b)

## 11.6. Coste de transporte de mercancías

**3**  
días  
entrega estimada



Correos Paq Standard  
domicilio-domicilio



**RECOGIDA**  
Domicilio  
**14 junio**  
Si reservas antes de 3 días



**ENTREGA**  
Domicilio  
**17 junio**  
Entrega a lo largo del día

**7.41 €**  
Sin IVA

Es necesario imprimir etiqueta

▼ DETALLES

**¡Contratar ahora!**

Fuente: Packlink.es

## 11.7. Amortización del préstamo

Valor del préstamo	3.000,00 €
TNA (30/360)	4,5%
Años	3
Frecuencia de Pago	Mensual
Interés equivalente	0,375%
Nº de pagos por año	12
Nº Total de Cuotas	36

Resumen:

Valor préstamo	3.000,00 €
Suma de Cuotas	3.212,67 €
Suma de Interés	212,67 €



Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
0				3.000,00 €
1	89,24 €	11,25 €	77,99 €	2.922,01 €
2	89,24 €	10,96 €	78,28 €	2.843,73 €
3	89,24 €	10,66 €	78,58 €	2.765,15 €
4	89,24 €	10,37 €	78,87 €	2.686,28 €
5	89,24 €	10,07 €	79,17 €	2.607,11 €
6	89,24 €	9,78 €	79,46 €	2.527,65 €
7	89,24 €	9,48 €	79,76 €	2.447,88 €
8	89,24 €	9,18 €	80,06 €	2.367,82 €
9	89,24 €	8,88 €	80,36 €	2.287,46 €
10	89,24 €	8,58 €	80,66 €	2.206,80 €
11	89,24 €	8,28 €	80,97 €	2.125,83 €
12	89,24 €	7,97 €	81,27 €	2.044,56 €
13	89,24 €	7,67 €	81,57 €	1.962,99 €
14	89,24 €	7,36 €	81,88 €	1.881,11 €
15	89,24 €	7,05 €	82,19 €	1.798,92 €
16	89,24 €	6,75 €	82,49 €	1.716,43 €
17	89,24 €	6,44 €	82,80 €	1.633,63 €
18	89,24 €	6,13 €	83,11 €	1.550,51 €
19	89,24 €	5,81 €	83,43 €	1.467,08 €
20	89,24 €	5,50 €	83,74 €	1.383,35 €
21	89,24 €	5,19 €	84,05 €	1.299,29 €
22	89,24 €	4,87 €	84,37 €	1.214,92 €
23	89,24 €	4,56 €	84,68 €	1.130,24 €
24	89,24 €	4,24 €	85,00 €	1.045,24 €
25	89,24 €	3,92 €	85,32 €	959,92 €
26	89,24 €	3,60 €	85,64 €	874,27 €
27	89,24 €	3,28 €	85,96 €	788,31 €
28	89,24 €	2,96 €	86,28 €	702,03 €
29	89,24 €	2,63 €	86,61 €	615,42 €
30	89,24 €	2,31 €	86,93 €	528,49 €
31	89,24 €	1,98 €	87,26 €	441,23 €
32	89,24 €	1,65 €	87,59 €	353,64 €
33	89,24 €	1,33 €	87,91 €	265,73 €
34	89,24 €	1,00 €	88,24 €	177,48 €
35	89,24 €	0,67 €	88,58 €	88,91 €
36	89,24 €	0,33 €	88,91 €	0,00 €

Fuente: Elaboración Propia



## 11.8. Cuenta de Pérdidas y Ganancias mensual

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ACUMULADOS	%
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>10.850,21</b>	<b>6.433,26</b>	<b>8.957,23</b>	<b>10.850,21</b>	<b>8.957,23</b>	<b>10.850,21</b>	<b>19.560,79</b>	<b>19.560,79</b>	<b>14.005,18</b>	<b>15.774,83</b>	<b>10.850,21</b>	<b>15.774,83</b>	<b>152.425,01</b>	<b>100,00</b>
Ventas de PRODUCTOS	4.822,81	2.572,17	3.858,25	4.822,81	3.858,25	4.822,81	9.967,15	9.967,15	6.430,42	8.038,02	4.822,81	8.038,02	72.020,68	47,25
Ventas de SERVICIOS	1.673,55	892,56	1.338,84	1.673,55	1.338,84	1.673,55	3.458,68	3.458,68	2.231,40	2.789,26	1.673,55	2.789,26	24.991,74	16,40
GESTION CASAS RURALES	4.353,85	2.968,53	3.760,14	4.353,85	3.760,14	4.353,85	6.134,97	6.134,97	5.343,36	4.947,55	4.353,85	4.947,55	55.412,59	36,35
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>10.680,30</b>	<b>7.180,45</b>	<b>9.179,91</b>	<b>10.679,42</b>	<b>9.179,32</b>	<b>10.678,83</b>	<b>18.677,52</b>	<b>18.677,22</b>	<b>13.177,62</b>	<b>15.677,00</b>	<b>10.677,33</b>	<b>15.676,39</b>	<b>150.141,31</b>	<b>98,50</b>
Compras de mercaderías	3.606,26	1.923,34	2.885,01	3.606,26	2.885,01	3.606,26	7.452,94	7.452,94	4.808,35	6.010,44	3.606,26	6.010,44	53.853,51	35,33
Compras de servicios	1.012,50	540,00	810,00	1.012,50	810,00	1.012,50	2.092,50	2.092,50	1.350,00	1.687,50	1.012,50	1.687,50	15.120,00	9,92
Casas rurales	2.122,50	1.132,00	1.698,00	2.122,50	1.698,00	2.122,50	4.386,50	4.386,50	2.830,00	3.537,50	2.122,50	3.537,50	31.696,00	20,79
Compras aprovisionamientos (Embalaje)	198,34	105,78	158,68	198,34	158,68	198,34	409,91	409,91	264,46	330,57	198,34	330,57	2.961,94	1,94
Arrendamientos y Cánones	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00	2.664,00	1,75
Transportes	559,45	298,37	447,56	559,45	447,56	559,45	1.156,19	1.156,19	745,93	932,41	559,45	932,41	8.354,40	5,48
Primas de Seguros	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	150,00	0,10
Publicidad, Propaganda y Rel. Públicas	205,83	205,83	205,83	205,83	205,83	205,83	205,83	205,83	205,83	205,83	205,83	205,83	2.470,00	1,62
Otros servicios	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	1.020,00	0,67
Sueldos y Salarios	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00	15,75
Seguridad Social a cargo Empresa	628,00	628,00	628,00	628,00	628,00	628,00	628,00	628,00	628,00	628,00	628,00	628,00	7.536,00	4,94
Otros gtos financieros	11,25	10,96	10,66	10,37	10,07	9,78	9,48	9,18	8,88	8,58	8,28	7,97	115,45	0,08
Amortización del Inmov Material	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	200,00	0,13
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>169,91</b>	<b>-747,19</b>	<b>-222,67</b>	<b>170,79</b>	<b>-222,08</b>	<b>171,38</b>	<b>883,27</b>	<b>883,57</b>	<b>827,56</b>	<b>97,83</b>	<b>172,89</b>	<b>98,44</b>	<b>2.283,70</b>	<b>1,50</b>
Impuesto de Sociedades	25,49	-112,08	-33,40	25,62	-33,31	25,71	132,49	132,54	124,13	14,67	25,93	14,77	342,56	0,22
<b>RESULTADO</b>	<b>144,42</b>	<b>-635,11</b>	<b>-189,27</b>	<b>145,17</b>	<b>-188,77</b>	<b>145,68</b>	<b>750,78</b>	<b>751,03</b>	<b>703,43</b>	<b>83,16</b>	<b>146,95</b>	<b>83,67</b>	<b>1.941,15</b>	<b>1,27</b>

Fuente: Elaboración Propia



## 11.9. Cash Flow anual

AÑOS	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Cobros previstos</b>		<b>6000</b>	<b>3504</b>	<b>2514</b>	<b>2148</b>	<b>3419</b>
Financiación						
Aportación socio	3000					
Préstamos	3000					
<b>Ingresos</b>		<b>152425</b>	<b>159064</b>	<b>165340</b>	<b>171851</b>	<b>178589</b>
Venta productos		72021	74928	77959	81114	84396
Venta servicios		24992	26001	27053	28153	29286
Alojamiento casas rurales		55413	58136	60328	62585	64907
<b>Pagos previstos</b>		<b>154921</b>	<b>160054</b>	<b>165707</b>	<b>170579</b>	<b>176754</b>
Inversión (Inmov. Mat.)						
<u>Inversión (EPI)</u>		1000				
Aprovisionamientos y servicios						
Compras productos		53853,51	56027,28	58294,26	60653,13	63107,13
Prestación servicios		18144,00	18876,38	19640,15	20438,87	21261,67
Alojamiento casas rurales		31696,00	32907,24	34301,47	35738,30	37218,89
<u>Compras otros aprov. (Embalajes)</u>		2961,94	4121,03	4287,77	4461,28	4641,78
Servicios exteriores						
Arrendamientos y cánones		2664,00	2664,00	2664,00	2664,00	2664,00
Transporte		8354,40	8691,62	9043,30	9409,24	9789,93
Prima de Seguros		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Publicidad, Propaganda y Rel. Públicas		2470,00	2470,00	2470,00	2470,00	2470,00
<u>Otros servicios</u>		1020,00	1020,00	1020,00	1020,00	1020,00
Gastos de personal						
Sueldos y salarios		24000,00	24480,00	24969,60	25468,99	25978,37
Seguridad Social a cargo Empresa		7536,00	7686,72	7840,45	7997,26	8157,21
<u>Gastos financieros</u>						
Cuota Préstamo		1070,89	1070,89	1070,89		
<u>H.P. Acreedora</u>						
H.P. Acreedora IS		0,00	-111,04	-45,27	108,33	295,08
<b>CASH FLOW</b>	<b>6000</b>	<b>3504,27</b>	<b>2514,16</b>	<b>2147,51</b>	<b>3419,49</b>	<b>5254,77</b>

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla, se diferencia de la Tabla 12, en que se han tenido en cuenta los cobros previstos para hallar la Tesorería de cada año, mientras que para hallar el VAN y el TIR no. Hacienda Pública Acreedora por Impuesto de Sociedades se paga en el mes de julio del año siguiente, por eso el primer año es 0.

